

LOOK!

Magazyn firmowy

03 2020



**Z zaangażowaniem
na przyszłość**

BELL
FOOD
GROUP





Spis treści

Z codzienności przedsiębiorstwa

- 4 Podstawowa działalność rozwija skrzydła**
Dobry półroczny wynik Bell Food Group
- 5 Zostań akcjonariuszem Bell Food Group**
Akcje pracownicze
- 5 Perbál i Saint-André**
Sprzedaż zakładów na Węgrzech i we Francji

Przegląd

- 6 PrimaVita rozpoczyna współpracę z Amazon**
Nowa linia produktów Hügli
- 6 Co w Hilconie piszczy?**
Dom dla pszczół
- 7 Dobra współpraca w Austrii**
Hügli współpracuje z centralą zakupów TOP-TEAM
- 7 W telewizji**
Nowy spot reklamowy Bell France
- 7 Eisberg został «Supermarką»**
Wyróżnienie na Węgrzech

Praca w Bell Food Group

- 8 Witajcie, powodzenia i do zobaczenia!**
Praktykanci w Bell Food Group
- 10 Dialog na równym poziomie**
Pierwszy układ zbiorowy pracy w szwajcarskim sektorze convenience
- 12 Nasi «starzy mistrzowie»**
W rozmowie z wieloletnimi pracownikami

Relacja prosto z ...

- 16 «Wszyscy tu jemy mądrzej»**
Makarony oraz produkty wegetariańskie i wegańskie z manufaktury
- 18 Change of Colours**
Bell wspiera sztukę miejską w Bazylei

Artykuł z okładki

- 22 Z zaangażowaniem na przyszłość**
Zrównoważony rozwój w Bell Food Group

Ekologia i innowacja

- 27 Nie tylko szybko, ale naprawdę dobrze**
Wywiad z Markiem Postem, założycielem Mosa Meat

My pracownicy robimy różnicę

- 28 Dla nas i naszej planety**
Co myślą pracownicy Bell Food Group na temat zrównoważonego rozwoju

Jubileusze

- 30 Jubileusze**
LOOK! gratuluje jubilatowi świętującym w okresie wrzesień – listopad 2020 r

Konkurs

- 33 Wygraj cały dzień tylko dla siebie!**
Pytanie konkursowe

Nasz świat smaków

- 34 Jadłeś już dziś coś skrzydlatego?**
Z kurczakiem, indykiem i perliczką za pan brat
- 36 Od Sabaudii po Azję**
Podróż po świecie w domowym zaciszu z nowościami od Bell Food Group

Tak osiąga się jakość

- 40 W poszukiwaniu najlepszych**
Sybille Walpert i Christian Nigg prowadzą rekrutację do działu produkcji

Jesteśmy odpowiedzialni

Drogie Koleżanki, Drodzy Koledzy

Ostatnie miesiące jasno nam pokazały: możemy opanować globalne wyzwania, ale tylko wówczas, gdy zamiast dbać o własną wygodę i dobrobyt, każdy z nas wnieśli swój wkład w dobro całego społeczeństwa.

Jako Bell Food Group przyjmujemy na siebie odpowiedzialność za nasz wpływ na społeczeństwo i środowisko. Opowiadamy się za zrównoważonymi rozwiązaniami. Czy to jako uczciwy pracodawca dla Was, drogie Koleżanki i drodzy Koledzy, czy jako świadomy podmiot gospodarczy dbający o to, by rozwój przedsiębiorstwa przebiegał w sposób zdrowy i zrównoważony.

Jesteśmy częścią długiego i obszernej łańcucha wartości, dlatego spoczywa na nas szczególna odpowiedzialność. Nasze wartości, podejmowane decyzje i działania mają bezpośredni i pośredni wpływ na szereg podmiotów, takich jak dostawcy, partnerzy handlowi oraz klienci, producenci i rolnicy.

Mamy zatem obowiązek być dla nich godnym zaufania i niezawodnym partnerem. Minione półrocze pokazało, że nawet w czasie tego nieoczekiwanego kryzysu byliśmy w stanie zapewnić nieprzerwaną dostawę. Ten sukces zawdzięczamy Wam, drogie Koleżanki i drodzy Koledzy. Bez Waszego zaangażowania nie byłoby to możliwe.

Zmotywowani i wykwalifikowani pracownicy stanowią podstawę sukcesu przedsiębiorstwa i fundament istniejącej od 150 lat grupy Bell Food. Istotnym elementem zrównoważonego rozwoju jest zatem, obok stabilnych wyników i odpowiedzialnego podejścia do środowiska naturalnego, wsparcie i rozwój pracowników.

Jesteśmy godnym zaufania i niezawodnym partnerem.

Dlatego cieszę się niezmiernie, że tego lata naukę zawodu w Bell Food Group rozpoczęły 54 nowe osoby, a 44 osoby z sukcesem ukończyły praktyki lub studia. Jestem dumny, że pomimo braków wykwalifikowanych pracowników i praktykantów jesteśmy w stanie zainteresować pracą w Bell i przekonać do niej tak wiele młodych osób i zapewnić im wartościowe wsparcie. Młodzi pracownicy to fundament naszej przyszłości i istotny element filozofii zrównoważonego rozwoju.

Obok jakości i smaku, zrównoważony rozwój jest jedną z trzech i przy tym najważniejszą misją przedsiębiorstwa wpisaną w nasze DNA. Dowodem na to jest najnowszy raport nt. zrównoważonego rozwoju. Takim podejściem odróżniamy się od konkurencji i staramy się służyć za przykład do naśladowania.

Do osiągnięcia tego celu konieczna jest codzienna praca na jego rzecz i nieprzerwana świadomość naszej odpowiedzialności.

Lorenz Wyss
Przewodniczący Zarządu Grupy

Dobry półroczny wynik Bell Food Group

PODSTAWOWA DZIAŁALNOŚĆ ROZWIJA SKRZYDŁA

W naznaczonym pandemią koronawirusa pierwszym półroczu 2020 roku Bell Food Group osiągnęła dobry wynik. Ku ogólnemu zadowoleniu rozwinęła się podstawowa działalność na rynku mięsa i wyrobów mięsnych w kanale sprzedaży Retail. Zyskały na tym przede wszystkim oddziały Bell Schweiz i Bell International.

Tok działalności	2019	2020	+/-	W tym:			
				Waluta	Akwizycja/ Dywestycja	Operacyjne	%
Bell Food Group							
Wielkość sprzedaży w mln kg	266,7	259,8	-6,9	-	-7,5	0,6	0,2 %
Obrót towarami w mln CHF	2 023,0	1 995,3	-27,7	-45,1	-41,9	59,3	2,9 %
Bell Schweiz							
Wielkość sprzedaży w mln kg	61,7	62,6	1	-	-	1	1,6 %
Obrót towarami w mln CHF	982,0	1 019,7	37,7	-	-	37,7	3,8 %
Bell International							
Wielkość sprzedaży w mln kg	107,7	102,4	-5,3	-	-7,5	2,2	2,0 %
Obrót towarami w mln CHF	513,7	481,9	-31,8	-31,5	-42,1	41,8	8,1 %
Convenience							
Wielkość sprzedaży w mln kg	99,4	96,9	-2,4	-	-	2,4	-2,5 %
Obrót towarami w mln CHF	548,9	515,2	-33,7	-14,0	-	-19,7	-3,6 %

W pierwszym półroczu 2020 roku pandemia koronawirusa trzymała świat w napięciu i także Bell Food Group stanęła przed bezprecedensowym wyzwaniem, które wszystkich pracowników bardzo dużo kosztowało. Tym bardziej cieszy fakt, że Bell Food Group była w stanie sprostać temu wyzwaniu i osiągnęła dobry wynik operacyjny. Szczególne podziękowania należą się wszystkim pracownikom, którzy przyczynili się do tego w istotnym stopniu dzięki elastyczności i dyspozycyjności.

Duży wpływ na tok działalności Bell Food Group miały wielotygodniowy lockdown w innych krajach oraz związane z nim zamknięcie wszystkich zakładów gastronomicznych. Ograniczona mobilność wpłynęła ponadto na zachowania zakupowe i żywieniowe. Więcej gotowano w domu, mniej konsumowano poza domem. Spowodowało to silny spadek obrotów w kanale sprzedaży Food Service, na czym skorzystał kanał sprzedaży Retail.

Zmiany te w różny sposób wpłynęły na Bell Food Group. W podstawowym obrocie mięsem i wyrobami mięsnymi Bell Food Group odnotowała na rynku sprze-

daży Retail wyraźny wzrost, który skompensował spadek w Food Service. Dało się to odczuć szczególnie na rodzimym rynku Szwajcarii, na którym z powodu zamknięcia granic przejściowo wstrzymana została turystyka zakupowa. Dzięki skupieniu się w ostatnich latach na szynkach dojrzewających i konsekwentnym wdrażaniu środków służących zwiększeniu wydajności wyraźny postęp udało się uzyskać również w działalności Bell International, niezależnie od czynników zewnętrznych.

Działalność Convenience została w większym stopniu dotknięta negatywnymi skutkami pandemii koronawirusa, co dało się odczuć szczególnie w kanale sprzedaży Food Service oraz w przypadku asortymentu to go w kanale Retail. Tych spadków obrotu nie udało się, w przeciwieństwie do obu pozostałych obszarów działalności, w taki sam sposób skompensować poprzez kanał Retail.

Szczegółowe informacje na temat wyniku półrocznego dostępne są w raporcie półrocznym oraz na stronie www.bellfoodgroup.com. • fv

Lockdown w istotnym stopniu wpłynął na tok działalności.

Subskrypcja akcji i dodatkowe informacje
myshares.bellfoodgroup.com

Akcje pracownicze

Zostań akcjonariuszem Bell Food Group

W dniach od 1 do 30 listopada 2020 roku mogą Państwo nabyć akcje Bell Food Group na preferencyjnych warunkach. Dostęp do portalu znajdą Państwo na stronie www.myshares.bellfoodgroup.com.

Także w tym roku w dniach od 1 do 30 listopada można nabyć akcje Bell Food Group AG po preferencyjnych cenach («akcje pracownicze») i w ten sposób bezpośrednio uczestniczyć w spółce. Pracownicy Bell Food Group mogą w okresie subskrypcji nabyć od 1 do maksymalnie 100 akcji pracowniczych. Akcje pracownicze są wydawane z 20-procentową zniżką oraz z zakazem sprzedaży przez okres 4 lat.

Na stronie www.myshares.bellfoodgroup.com znajdą Państwo

- dostęp do portalu Bell Food Group, za pośrednictwem którego można nabyć akcje,
- wszystkie informacje na temat tegorocznego programu uczestnictwa pracowników w spółce oraz
- od 1 listopada cenę kupna akcji pracowniczej.

W odniesieniu do akcji pracowniczych zastosowanie znajduje Regulamin uczestnictwa pracowników.

Aby uzyskać więcej informacji, należy się zwrócić do biura Bell Food Group (+41 58 326 20 20, share.registry@bellfoodgroup.com). • sh

Sprzedaż zakładów na Węgrzech i we Francji Perbál i Saint-André

Bell Food Group dalej restrukturyzuje swoją międzynarodową działalność wędliniarską i sprzedaje dwa zakłady produkcyjne na Węgrzech i we Francji. Wszyscy pracownicy zostaną przejęci przez nowych właścicieli.



Perbál



Saint-André

Bell Food Group sprzedaje swoje zakłady w Perbál na Węgrzech i Saint-André we Francji. Wszyscy pracownicy zostaną przejęci przez przyszłych właścicieli. Tym samym Bell Food Group pożegna się z dwoma lokalizacjami o niewielkich perspektywach strategicznych i będzie dalej pracować nad działalnością w branży wędliniarskiej. Już w ubiegłym roku gospodarczym przedsiębiorstwo wycofało się nierentownej niemieckiej produkcji wędlin. Obie transakcje nie wpłyną w istotnym stopniu na wynik operacyjny grupy ani na nieistotne efekty jednorazowe.

Zakład w Perbál na Węgrzech Specjalizujący się w produkcji wędlin zakład produkcyjny w Perbál (Węgry) przypuszczalnie zostanie sprzedany z dniem 31 października 2020 roku węgierskiemu Spar. Zatrudniający blisko 200 pracowników zakład osiągnął obrót około 20 mln euro. Dzięki temu zakupowi Spar Węgry rozszerzy dotychczasowe

moce produkcyjne i zapewni miejsca pracy. Warunki zakupu są trzymane w tajemnicy. Transakcja zostanie zawarta z zastrzeżeniem zgody krajowych organów ochrony konkurencji.

Saint-André we Francji

Zakład w Saint-André-sur-Vieux-Jonc zostanie sprzedany francuskiej Isla Délice. Lokalizacja ta była wykorzystywana przede wszystkim do krojenia i pakowania produktów mięsnych oraz jako centrum logistyczne. Przeniesienie własności jest przewidziane na koniec lutego 2021 roku. Isla Délice przejmie wszystkich blisko 70 pracowników zatrudnionych w lokalizacji. Warunki zakupu są trzymane w tajemnicy. We Francji oprócz Saint-André Bell Food Group prowadzi 5 innych zakładów produkujących wysokiej jakości regionalne specjalności – szynki dojrzewające i salami. Planuje się zintegrowanie działalności z Saint-André w głównej lokalizacji Teilhède. • sh

Nowa linia produktów Hügli

PrimaVita rozpoczyna współpracę z Amazon

PrimaVita to nowa marka własna Hügli produktów Health-&Nutrition, od maja dostępnych wyłącznie w Amazon.



Napoje i shaki dla osób uprawiających fitness, redukujących wagę oraz osób w wieku 50+ cieszą się coraz większą popularnością. Zespół Hügli postanowił opracować produkty typu convenience o działaniu prozdrowotnym i bezkompromisowym smaku, który spełni nawet najwyższe oczekiwania.

Wynikiem tej pracy jest ekskluzywna seria produktów Health-&Nutrition. Od maja produkty można kupić przez Amazon w siedmiu krajach pod marką PrimaVita.

Oferta obejmuje 20 produktów w kategoriach dieta, wellbeing oraz żywność dla sportowców. Klienci mają do wyboru napoje oraz shaki, zupy, owsiankę oraz gotowe dania. «Poza doskonałym smakiem produkty wyróżnia różnorodność słodkich i wytrawnych propozycji na śniadanie, obiad i kolację», podkreśla Lankananda Perera, Business Development Manager w dziale Health & Nutrition Hügli.

Produkty wytwarzane w Radolfzell oraz Langenhaslach wyróżniają się potwierdzonym działaniem prozdrowotnym dzięki wyższej zawartości białka, witamin, minerałów oraz nienasyconych kwasów tłuszczowych.

Co mówią o nich nasi klienci? Hojnie przyznają im gwiazdki za smak, łatwe przygotowanie oraz optymalne porcje produktów PrimaVita. • *mr*



Dom dla pszczół

Co w Hilconie piszczą?

Do zespołu Hilcony dołączyło 40 000 nowych pracowników.

Mają po sześć nóg i parę skrzydełek i od lata tego roku z wesoło bczą w trawie wokół głównej siedziby Hilcony w Schaan.

W ramach projektu «Bee Hilcona» w lipcu na terenie zakładu w Liechtensteinie nowy dom znalazły dwie kolonie pszczół. W ten sposób, w duchu zrównoważonego rozwoju Bell Food Group, Hilcona angażuje się w działania mające na celu ochronę różnorodności gatunków oraz zapobieganie wymieraniu owadów.

Inicjatywę wprowadziła w życie grupa pracowników, którzy pomysł przekształcili w zrównoważoną koncepcję. Do opieki nad pilnymi zbieraczkami pyłku i nektaru zatrudnili eksperta: Marco Jehle-Radkohl to jedyny pszczelarz w całym Liechtensteinie i wschodniej Szwajcarii, który pracuje z użyciem metody Demeter.

Jej założenia opierają się na naturalnych potrzebach pszczół. Oznacza to na przykład, że kolonia samodzielnie buduje plastry, w ulu nie umieszcza się powszechnie stosowanych prefabryko-

wanych ram. Co za tym idzie, pszczoły rozmnażają się w naturalny sposób dzięki instynktowi roju, w przeciwieństwie do sztucznych metod chowu królowych. Część rodziny opuszcza ul by założyć własną kolonię.

«Ten projekt jest udanym przykładem tego, jak można praktykować zasady zrównoważonego rozwoju», mówi CEO Hilcony Martin Henck. «Pszczoły są niezbędnym elementem naszego ekosystemu. Gwarantują naturalną różnorodność gatunków i przetrwanie naszego gatunku.»

Zapylając rośliny pszczoły nie tylko umożliwiają przetrwanie innych owadów, ale całą gospodarkę rolną. A tej nie brakuje wokół dwóch nowych uli Hilcony w Schaan. Nowe «koleżanki» w zespole będą miały nożki pełne roboty. • *mr*

Hügli współpracuje z centralą zakupów TOP-TEAM

Dobra współpraca w Austrii

W szerokim asortymencie Hügli znajdują się również produkty innych producentów. Aby ułatwić ich zakup, zakład w Austrii rozpoczął niedawno współpracę z centralą zakupów TOP-TEAM.

Niedawno rozpoczęta współpraca pomiędzy Hügli Austria a centrum zakupów TOP-TEAM jest przykładem tego, jak można wykorzystać efekt synergii w dużej grupie przedsiębiorstw. Spółka handlowa z siedzibą w Traun należy w 50 % do Transgourmet i jest tym samym częścią grupy Coop.

«W branży spożywczej uzupełniamy ofertę produktów własnych produktami pochodzącymi od innych producentów by zapewnić klientom możliwie szeroki asortyment» mówi Thomas Kofler, kierownik zakładu Hügli w Austrii. «Centrum zakupów TOP-TEAM dysponuje ogromną siecią producentów oraz dostawców produktów markowych i produktów marek własnych różnych klas jakości, ta współpraca pozwala nam zatem na optymalizację własnych wyników w tym obszarze.»

Na pierwszym etapie TOP-TEAM zajmie się zaopatrzeniem Hügli w mrożonki. Następnie firmy wspólnie ogłoszą przetargi na przetwory pomidorów i ziemniaków oraz makarony suche. Kolejnym krokiem będzie zakup kolejnych grup produktów, między innymi spoza branży spożywczej.

I odwrotnie, w przyszłości Hügli zajmie się zakupem grup produktów, w przypadku których ma wieloletnie doświadczenie i zaopatrzy w nie rynki niemieckojęzyczne Transgourmet. W ten sposób obie strony zyskują ze współpracy. • *mr*

Nowy spot reklamowy Bell France

W telewizji

Przez cały czerwiec kanał France 2 wyświetlał nowy spot reklamowy Bell France w przerwie popularnego show aukcyjnego «Affaire Conclue». Przełożyło się to na wzrost widoczności, sprzedaży i rozpoznawalności Bell Food Group.

Rzeźnik z siwą brodą z uśmiechem podchodzi do kamery i prezentuje widzom przed telewizorami talerz apetycznych wędlin. W tle widać i słychać targ otoczony wiejskimi, kamiennymi domami; na wieży kościoła bije dzwon ... brakuje tylko zapachu letniego powietrza i dobrego jedzenia! «Nakręciliśmy ten spot w Montpeyroux we francuskiej Owernii krótko po wycofaniu ograniczeń wychodzenia z domu,



Prace nad nowym spotem reklamowym odbyły się w małej wiosce Montpeyroux w Owernii, jednej z najpiękniejszych wsi Francji.

w reklamie zagrali wyłącznie mieszkańcy Owernii. Pod koniec prac nad spotem przekazaliśmy francuskiemu Czerwonemu Krzyżowi nasze produkty», mówi Marguerite Martin, manager produktu w Bell France.

Dzięki temu rozpoznawalność Bell Food Group we Francji wzrosła o 9 % (w roku 2015 było to 4 %). Podczas wyświetlania spotu mimo kryzysu sprzedaż kiełbas suchych w tych krajach wzrosła o 18,44 % w porównaniu do roku poprzedniego. • *gm*

Wyróżnienie na Węgrzech

Eisberg został «Supermarką»

Węgierscy klienci i eksperci z branży uznali Eisberg za autentyczną i odnoszącą sukces markę. Dlatego w ostatnim czasie marka została dwukrotnie uznana za «Superbrand».

W ostatnim czasie marka Eisberg uzyskała na Węgrzech dwa nowe odznaczenia potwierdzające jej doskonałość. Odznaczenie «Superbrands Award» przyznają użytkownicy produktów, wyrażając tym samym swoje uznanie dla jakości marki. «Wierzymy, że klienci doceniają nas z jednej strony za jakość produktów i przejrzystą komunikację. Z drugiej strony ważną rolę odgrywa na pewno program odpowiedzialności społecznej Eisberg» mówi Judit Szalai, kierownik sprzedaży Eisberg Węgry.

Kolejny z Węgrzy cieszyli się z nagrody publiczności nie mniej niż z wyróżnienia «Business Superbrands Award» przyznanego przez grono ekspertów. Tym samym Eisberg ponownie uznano za markę wyróżniającą się wynikami na poziomie całego kraju oraz za godnego zaufania partnera w branży spożywczej.

«Te wyróżnienia są wynikiem pracy całego zespołu, który każdego dnia zapewnia, by nasze produkty były świeże i najwyższej jakości. Są one dla nas znakiem, że zarówno konsumenci jak i członkowie jury zagłosowali na wartości, które są dla nas



Key Account Manager Laura Spielmann (l.) i kierownik sprzedaży Judit Szalai (p.) z Eisberg Węgry cieszą się z nagród.

ważne: naturalność, prostota, szacunek dla ludzi i chęć niesienia pomocy», wyjaśnia Judit Szalai.

Eisberg Węgry zdobył wyróżnienie «Superbrands Award» już po raz dziesiąty, a «Business Superbrand Awards» po raz czwarty. • *mr*

Praktykanci w Bell Food Group

WITAJCIE, POWODZENIA I DO ZOBACZENIA!

Chociaż w ostatnim czasie świat stanął na głowie, oni osiągnęli swoje cele: w tym roku 44 praktykantów śpiewająco ukończyło praktyki zawodowe, a przyjętych zostało kolejnych 54 nowych praktykantów. Absolwentom życzymy sukcesów w życiu zawodowym i serdecznie witamy nowy narybek!

Bell Food Group gratuluje pomyślnie ukończonej nauki

BELL SZWAJCARIA

Bell Schweiz AG, Bazylea:

Lena Antenbrink, studentka HR na DHBW
Andres Banoza, rzeźnik
Christine Kerwin, studentka informatyki biznesowej na DHBW
Patrick Gysin, automatyk
Tina Jauch, rzeźnik
Shawali Kamawal, pomocnik rzeźnika
Noah Li Wan Po, informatyk techniki systemowej
Ian Martins de Souza, pomocnik rzeźnika
Yasmin Peter, kucharka
Vigilient Sheholli, sprzedawca
Christopher Taveras, pracownik gospodarczy
Manuel Würsten, informatyk ds. rozwoju aplikacji

Bell Schweiz AG, Oensingen:

Karima Nassar Harambasic, pracownik produkcji żywności

Bell Schweiz AG, Zell:

Princ Aliu, logistyk
Denis Milici, operator urządzeń

BELL INTERNATIONAL

Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Harkebrügge:

Dennis Ritscher, specjalista ds. logistyki magazynowej

Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Seevetal:

Madeleine Heilmann, sprzedawca w handlu hurtowym i międzynarodowym
Jonas Prüss, sprzedawca w handlu przemysłowym
Lea-Christine Rieckmann, studentka studiów dualnych zarządzania przedsiębiorstwem (B.A.) / sprzedawca w handlu przemysłowym

CONVENIENCE

Eisberg AG, Dällikon:

Iman El Berdiji, technolog żywności

Hilcona AG, Schaan:

Zehra Kilic, sprzedawca
Karl Kuser, technolog żywności
Valeria Labandeira, logistyk
Stefan Lazzeri, technolog żywności
Daniel Ljubic, automatyk
Ivan Nägele, sprzedawca
Luca Randazzo, technolog żywności
Luisa Walser, pracownik produkcji żywności
Mehmet Yildirim, operator urządzeń

Hilcona Taste Factory, Landquart:

Andrea Baselgia, logistyk
Mitko Gjoresvki, sprzedawca
Baburaj Thurairaja, pracownik produkcji żywności

Hügli Nahrungsmittel AG, Steinach:

Francesco Bonessi, logistyk
Emanuel Gubic, sprzedawca
Alisa Murtezi, sprzedawca
Daniels Sapoznikovs, informatyk
Manuel Tobler, logistyk
Alessio Wirth, technolog żywności

Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell:

Lioba Drosdek, studentka zarządzania przedsiębiorstwem na DHBW
Fitim Fetaj, sprzedawca handlu przemysłowego z kwalifikacjami do pracy w zarządzaniu przedsiębiorstwem międzynarodowym
Theresa Seel, studentka zarządzania przedsiębiorstwem na DHBW
Hannah Wenger, sprzedawca handlu przemysłowego z kwalifikacjami do pracy w zarządzaniu przedsiębiorstwem międzynarodowym

Hügli Nahrungsmittel AG, St. Gallen

Zidane Rauterkus, pracownik produkcji żywności

Inter-Planing GmbH, Langenhalsach:

Kilian Kustermann, pracownik techniki żywieniowej

Serdecznie witamy w Bell Food Group

BELL SZWAJCARIA

Bell Schweiz AG, Bazylea:

Faizullah Asinzai, pomocnik rzeźnika
Stojanoski Blagojce, pomocnik rzeźnika
Valerio Capizzi, rzeźnik
Nikita Gankov, kucharz
Arcangelo Grandazzo, student HR na DHBW
Tarik Hadzic, sprzedawca
Stefan Horvath, rzeźnik
Isabelle Kerwin, technolog żywności
Miguel Kesteholz, informatyk ds. rozwoju aplikacji

Lars Kreis, sprzedawca

Lucas Kück, automatyk

Yannick Morgenthaler, informatyk techniki systemowej

Florian Nyffenegger, automatyk

Lena Pogalzyk, studentka informatyki biznesowej na DHBW

Lukas Schmid, mechanik działu produkcji

Rafey Shehzad, mechanik działu produkcji

Alessandro Sommer, sprzedawca

Bell Schweiz AG, Oensingen:

Dawid Bereket, logistyk

Aron Debesay, praktyka przygotowująca do pracy

w przemyśle mięsnym

Maria Godino, rzeźnik

Luka Ristanovic, technolog żywności

Aurel Selmani, technolog żywności

Hadish Teumzgi, praktyka przygotowująca do pracy

w przemyśle mięsnym

Bell Schweiz AG, Zell:

Guido Marti, logistyk

Raphael Meier, drobiarz

Vanessa Voehringer, mechanik produkcji

BELL INTERNATIONAL

Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Harkebrügge:

Daniel Butau, operator maszyn i urządzeń

Fynn Noormann, mechanik przemysłowy

Justin Schelte, elektronik inżynierii przemysłowej

CONVENIENCE

Eisberg AG, Dällikon:

Tim Werner, technolog żywności

Hilcona AG, Schaan:

Pedro Goncalo Das Neves, operator urządzeń

Dominic Dürr, pracownik produkcji żywności

André Gal, technolog żywności

Manuel Jörg, logistyk

Michelle Kranz, sprzedawca

Amira Shakjiri, sprzedawca

Ilias Theodorakoudis, pracownik produkcji żywności

Hilcona Taste Factory, Landquart:

Aleksandar Grujic, technolog żywności

Belmin Hodzic, logistyk

Baburaj Thurairaja, technolog żywności

Hügli Nahrungsmittel AG, Steinach:

Berat Altundemir, logistyk

Sarah Despotakis, sprzedawca

Albion Duraku, logistyk

Christian Rolle, technolog żywności

Sebastian Sabo, pracownik produkcji żywności

Noah Serafini, sprzedawca

Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell:

Yasemine Brooks, pracownik techniki żywieniowej

Lucie Martini, sprzedawca handlu przemysłowego

z kwalifikacjami do pracy w zarządzaniu gospodarką międzynarodową

Joschka Messmer, pracownik techniki żywieniowej

Friederike Schultz, DHBW Food Management

Kim Straub, DHBW Food Management

Pascal Thönes, sprzedawca handlu przemysłowego

z kwalifikacjami do pracy w zarządzaniu

przedsiębiorstwem międzynarodowym

Jannik Walz, sprzedawca handlu przemysłowego

z kwalifikacjami do pracy w zarządzaniu

przedsiębiorstwem międzynarodowym

Michelle Zwochner, sprzedawca handlu przemysłowego

z kwalifikacjami do pracy w zarządzaniu

przedsiębiorstwem międzynarodowym

Pierwszy układ zbiorowy pracy w szwajcarskim sektorze convenience

Dialog na równym poziomie

Od dnia 4 czerwca 2020 roku w Szwajcarii po raz pierwszy obowiązuje partnerstwo społeczne w sektorze convenience: Bell Food Group zacieśniła swoją współpracę ze szwajcarskim Stowarzyszeniem Rzeźników (MPV), tym samym po raz pierwszy zawarła również układ zbiorowy pracy (GAV) dla przedsiębiorstw działających w sektorze convenience w Szwajcarii.

Pierwszy taki układ

Tego jeszcze nie było: od dnia 4 czerwca 2020 roku wszystkie przedsiębiorstwa należące do Bell Food Group w Szwajcarii po raz pierwszy podlegają układowi zbiorowemu pracy ze szwajcarskim Stowarzyszeniem Rzeźników. Układ obejmuje szwajcarskie lokalizacje firm Bell, Eisberg, Hilcona oraz Hügli, posiadające łącznie 21 zakładów produkcyjnych i zatrudniające około 5200 pracowników. Dla zakładów mięsnych oznacza to przedłużenie obowiązującego układu zbiorowego pracy, podczas gdy zakłady z obszaru convenience podpisały taki układ po raz pierwszy. Wraz z zacieśnieniem partnerstwa społecznego w obszarze convenience w Szwajcarii po raz pierwszy podpisano układ zbiorowy pracy dla tego rozwijającego się obszaru produkcji żywności.

Gotowi na przyszłość

«Układ zbiorowy pracy umacnia prawa i pozycję pracowników», wyjaśnia Johannes Meister, Kierownik Działu HR Bell Szwajcaria, jedna z osób odpowiedzialnych za opracowanie i podpisanie układu zbiorowego pracy. «Dzięki wieloletniemu partnerstwu pomiędzy spółką Bell Schweiz AG a stowarzyszeniem MPV możemy wspólnie stawiać na ciągłość, stabilność i doświadczenie, a także dalej wzmacniać istniejący model, dzięki któremu udało się nam osiągnąć sukces». Zdaniem Giusy Meschi, Przewodniczącej stowarzyszenia MPV, nowy układ zbiorowy pracy oferuje idealne warunki konstruktywnej współpracy: «Partnerstwo społeczne funkcjonuje i kwitnie, kiedy obaj partnerzy są odpowiednio reprezentowani, a dialog jest prowadzony na równym poziomie.»

Interesy pracowników w centrum uwagi

Utworzenie tak zwanego związku zakładowego zapewnia, że taki dialog również ma szerokie poparcie. Związek zakładowy, którego członkami pracownicy stają się automatycznie – chyba że wyraźnie odrzucają członkostwo – dba o interesy pracowników. Prowadzi on regularne rozmowy z kierownictwem przedsiębiorstwa oraz dyrektorami na różne tematy, takie jak planowanie nakładu pracy, godziny pracy, wynagrodzenia aż po uregulowania, które dotyczą samych pracowników. Członkostwo w związku zakładowym nie wiąże się z powstaniem żadnych zobowiązań finansowych ani innych. Za to pracownicy otrzymują silnego partnera, który czynnie reprezentuje ich interesy w ramach partnerstwa społecznego z Bell Food Group. • sh

W szwajcarskim sektorze convenience po raz pierwszy podpisano CAO.

Szwajcarskie Stowarzyszenie Rzeźników (MPV)

Szwajcarskie Stowarzyszenie Rzeźników zostało utworzone w 1899 roku przez osoby pracujące w przemyśle mięsnym jako organizacja samopomocy. Jako stowarzyszenie personelu o bogatej tradycji, a jednocześnie zorientowane na przyszłość reprezentuje ono obecnie około 3900 pracowników szwajcarskiego przemysłu mięsnego wzgl. od czerwca 2020 roku dodatkowe 5200 pracowników Bell Food Group z sektora convenience w Szwajcarii.



«Jako rzecznik naszych współpracowniczek i współpracowników chcemy reprezentować ich interesy wobec kierownictwa zakładu, a także wspierać ich we wszelkiego rodzaju kwestiach.»

Selina Blum, Prezes związku zakładowego spółki Eisberg

«Naszym celem jest wzięcie na siebie odpowiedzialności i szukanie wspólnie rozwiązań dla naszych pracowników. Wymiana doświadczeń pomiędzy związkami zakładowymi i w ramach Bell Food Group otworzy przed nami nowe możliwości i perspektywy.»



Vincenzo Giaffreda, Prezes związku zakładowego spółki Hügli



«Na co dzień opowiadamy się za zapewnieniem i promowaniem przyjemnej atmosfery pracy. Podczas negocjacji angażujemy się w sprawy pracowników najlepiej, jak się da. Harmonia społeczna, reprezentowanie interesów osób zatrudnionych, uczciwa komunikacja pomiędzy pracownikiem a pracodawcą, a także wsparcie przy rozwiązywaniu problemów. Za tym opowiadamy się jako związek zakładowy.»

Benjamin Fülleemann, Prezes związku zakładowego spółki Hilcona Landquart

«Cieszymy się, że będziemy mogli pracować razem z Zarządem nad polepszeniem warunków pracy i wynagrodzenia. Pomoc i wsparcie przy podejmowaniu decyzji, które dotyczą obszaru pracy, jak również w związku ze współzyciem w przedsiębiorstwie to sprawy najwyższej wagi.»



Romain Callier, Prezes związku zakładowego spółki Hilcona Orbe



«Jako prezesi związków zakładowych jesteśmy dumni z tego, że możemy reprezentować naszych kolegów i dziękujemy im za to, że obdarzyli nas swoim zaufaniem, dzięki czemu możemy wypełniać tę rolę.»

Adriana Aleardi, Prezes związku zakładowego spółki Geiser

W rozmowie z wieloletnimi
pracownikami



Nasi «starzy mistrzowie»

W dzisiejszym świecie pracy co kilka lat szuka się nowego zajęcia – tak sądzi wielu. Kto jednak regularnie spogląda na listę jubileuszową Bell Food Group, przyzna: Obok pokaźnej liczby pracowników obchodzących 20. i 25. jubileusz jest też wielu świętujących 35-lecie, a nawet takich, którzy mają jeszcze większy staż pracy. LOOK! zaprasza do wywiadu kilku z tych «starych mistrzów i mistrzyń» i przygląda się ich początkom.

«Tam były góry szynki», przypomina sobie Hermann Lüken, kiedy wspomina pierwszy dzień pracy, «zrobiły na mnie ogromne wrażenie!» Blisko 36 lat temu rozpoczął pracę w niewielkiej wędzarni szynki w Harkebrügge noszącej wówczas nazwę «Helmut Hubacher». «Był to niewielki zakład rzemieślniczy», wyjaśnia, «ze względu na jego wielkość mogłem wszystko poznać.» W międzyczasie zakład nieco się rozrósł, dwukrotnie zmienił nazwę i właściciela. Dziś stanowi część Bell Food Group.

Hermann Lüken uczestniczył we wszystkich tych przeobrażeniach. Uczył się na rzeźnika, a obecnie należy do tych pracowników, którzy bardzo rzadko lub nigdy nie zmienili swojego pracodawcy.

Podobnie rzecz ma się z kolegą Hermanna Lükena, Alfredem Czomberą, który mniej więcej w tym samym czasie rozpoczął pracę w firmie Bell Deutschland GmbH & Co KG w Edeweht. «Nigdy nie opuściłem Edeweht – praktycznie to firmy zgłaszały się do mnie, nie odwrotnie», mówi, uśmiechając się, o wielokrotnej zmianie właścicieli i dodaje: «Te zmiany miały moim zdaniem jedynie zalety: większe zamówienia, więcej miejsc pracy, więcej pracowników.»

Alfred Czombera zaczął, dzięki pośrednikowi, w Edeweht jako pomocnik rzeźnika. Pracował na akord przy kawałkowaniu szynki. Będąc synem pracownika kopalni węgla, który zarabiał na życie pod ziemią – wyniszczając się przy tym, jak podkreśla Alfred Czombera –, postanowił, że za cel postawi sobie zarabianie pieniędzy i zdobycie pozycji kierowniczej. Pół roku później jego sytuacja wyglądała następująco: Na życzenie szefa przejął zakład rozbioru mięsa i wkrótce, w dniu 18 marca

1985 r., uzyskał dyplom mistrzowski. Miał wtedy 22 lata. Od tamtej pory nigdy nie zmienił już pracodawcy. Dziś, jako kierownik zakładu, odpowiada za całą lokalizację.

Podobną historią mogą się pochwalić Joaquin Maroco i Emeterio Robles z Bell Hiszpania. Obaj rozpoczęli karierę od solenia surowej szynki.

Joaquin Maroco pamięta jeszcze dokładnie: «Było zimno i wilgotno. Kiedy wieczorem wróciłem do domu, całe moje ubranie było kompletnie przemoczone.» W wieku 18 lat, po zrobieniu prawa jazdy, zajmował się dostawami do klientów. Ale na tym nie koniec. Następnie przeszedł do

Pozostali wierni – i doświadczyli wielu zmian.



Hermann Lüken,
rzeźnik w Bell Deutschland w Edeweht
wie, że są dobre dni i takie, kiedy ma się
mniejszą ochotę pracować – to nie zmieniło
się od 36 lat. Zasadniczo jednak praca,
którą wykonuje się każdego dnia powinna
sprawiać przyjemność. Tak radzi młodym
pokoleniom. praca, którą wykonuje się
każdego dnia powinna sprawiać przyjem-
ność. Tak radzi młodym pokoleniom.



Alfred Czombera,

Kierownik zakładu Bell Deutschland w Edewecht w swojej 37-letniej karierze pracował z niezwykłą wytrwałością. Szczególnie ważne jest wykształcenie, podkreśla, ponieważ umożliwia wykonanie kolejnego kroku na drodze kariery zawodowej.



Isabel Guerreiro,

kiedy ponad 40 lat temu rozpoczęła pracę w ówczesnej firmie Gastro Star w Szwajcarii, nie rozumiała po niemiecku prawie ani słowa. Język, klimat, codzienna praca przy krojeniu sałaty były czymś nowym i niezwykłym. Jednak zrobiła wszystko, żeby odnaleźć się w nowej sytuacji. Dzisiaj jest kierownikiem grupy w Eisberg i z doświadczenia wie, że: Trzeba walczyć o znalezienie pracy, która da ci radość!

działu produkcji i pracował przy trybowaniu szynki – najcięższym zadaniu, jak mówi, ponieważ nikt nie wyjaśnił mu, co dokładnie ma robić. Równolegle pracował w biurze jako sprzedawca, aż w końcu na stałe przeniósł się do biura. «Pracowałem w niemal wszystkich działach – dziś wykonuję całkowicie inną pracę niż 42 lata temu.»

Także praca Emeterio Roblesa zmieniała się na przestrzeni lat: «Dziś jestem zatrudniony w dziale jakości surowych szynek. Coraz więcej czynności wykonujemy na komputerach, jest jednak wiele spraw, które nie uległy zmianie: Na przykład «wąchanie szynki», aby sprawdzić jej jakość. Używam w pracy niewielkiej drewnianej szpadki, zwanej «cala», którą wkłują się w szynkę. Metoda ta działa obecnie tak samo jak przed 40 laty.»

Ogólnie praca stała się nieco mniej fizyczna, mówią pracownicy podczas wywiadów. Dziś do ciężkich prac fizycznych używa się urządzeń podnoszących. Procesy są optymalizowane, niektóre kroki automatyzowane, a maszyny i technologie czynią pracę lżejszą. Znacznie bardziej ceni się dziś także zdrowie pracowników.



Joaquín Maroco,

który w 1978 roku odważył się na pierwszy krok w życie zawodowe – wtedy był jeszcze praktycznie «dzieckiem»! –, w Bell Hiszpania był świadkiem wielu zmian. Zmieniały się produkty i współpracownicy, ale każdego dnia dawał z siebie wszystko, aby zapewnić dobrą pracę i tworzyć przyjazną atmosferę.

Tego samego zdania jest także Isabel Guerreiro. Coś jednak się zmieniło, twierdzi, i mówi dalej: «Wysięk, z jakim zawsze wytwarzamy dla naszych klientów produkt najlepszej jakości, pozostał taki sam. Także, jeśli czasami musimy się w tym celu nieco przededefiniować.» Pani Guerreiro ma doświadczenie w przystosowywaniu się do nowych sytuacji. Kiedy w 1980 roku zaczęła pracę w firmie Gastro Star w Dällikon, jako rodowita Portugalka słabo znała język niemiecki.

«Kiedy po pierwszym dniu pracy wróciłam do domu», wspomina, «pytałam się, jak sobie z tym wszystkim dam radę. Ten zimny klimat i nowy język, którego najpierw będę musiała się nauczyć – i dałam radę!», dodaje z dumą. Dziś jest kierowniczką grupy i od ponad 30 lat odpowiada za 30 pracowników.

Tym samym jest przykładem nie tylko dla swojego zespołu, lecz także dla swoich dzieci: «Zawsze im mówiłam: «Kaźda praca ma wartość, o ile jest uczciwa!».» • sh



Emeterio Robles,

który w 1981 roku rozpoczął karierę w Cassarubios del Monte, chciałby, aby dzisiejsi młodzi ludzie pracujący zawodowo, wykonując ciężką pracę pamiętali o swoim zdrowiu i angażowali się na rzecz własnego rozwoju. Nie powinni jednak zapominać o tym, że «weterani», «starzy mistrzowie», są dla przedsiębiorstwa równie ważni.



Makarony oraz produkty wegetariańskie i wegańskie z manufaktury

«WSZYSCY TU JEMY MĄDRZEJ»

Makaron, który smakuje jak zrobiony przez włoską babcię. Wegetariańskie produkty convenience, które podtrzymują trend ograniczania spożycia mięsa. Hilcona Taste Factory w Landquart to miejsce, gdzie powstają współczesne produkty spożywcze, typowe dla manufaktury.

Zakład produkcyjny Hilcona Taste Factory jest położony w otoczeniu majestatycznych stoków górskich Gryzonii. Pracownicy nie pozwalają jednak temu spektakularnemu otoczeniu miejscowości Landquart odwrócić uwagi od swojej misji.

Ze starannością – a często także własnymi rękami – wytwarzają makaron, produkty wegetariańskie, jak również miejscowy specjal capuns, zwane również szwajcarskimi gołąbkami. Są to liście boćwiny wypełnione nadzieniem z mięsa lub warzyw.

«Uważamy się za manufakturę, w której w małych partiach i z dużą ilością pracy ręcznej powstają wysokiej jakości produkty», wyjaśnia kierownik zakładu Sinuhe Hofstetter. «Jako najmniejsze przedsiębiorstwo grupy Hilcona odznaczamy się dużą elastycznością i dynamiką.»

Niezwykle rozwijającym się obszarem Hilcona Taste Factory są wegetariańskie produkty convenience. Podczas gdy tofu należy tu już raczej do klasyków, jeśli chodzi o produkcję humusu – pochodzącej z kuchni arabskiej pasty z ciecierzycy – zakład jest jeszcze w powijakach.

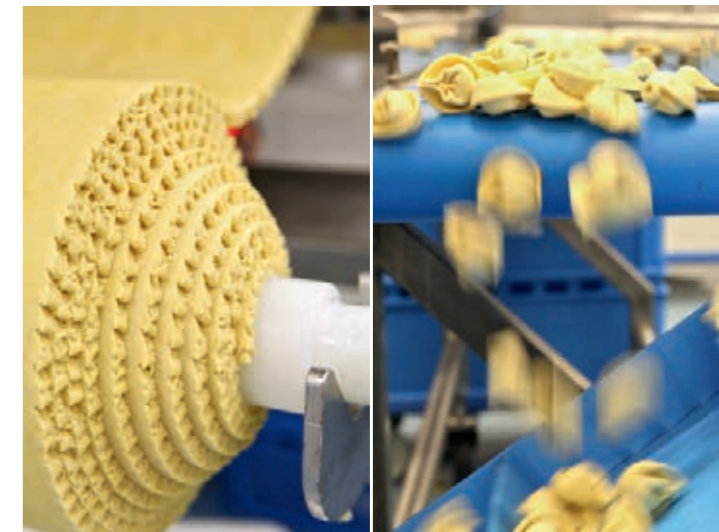
«W przypadku takich nowych trendowych produktów czerpiemy korzyści z tego, że produkujemy w małych partiach», informuje Sinuhe Hofstetter. «W ten sposób możemy stale wprowadzać na rynek nowe propozycje smakowe oraz kompozycje i obserwować, co przypadnie klientom do gustu.»

Dziekiem zakładu, które nie może narzekać na brak popularności, jest marka produktów roślinnych «Green Mountain Burger». Obecnie «The Green Mountain» czeka kolejna wielka premiera: w październiku na rynku pojawi się pierwsza alternatywa dla mięsa, formą nawiązująca do pasztetu – do upieczenia, wegańska oraz jeszcze mniej kaloryczna niż jej pierwowzór.

«The Green Mountain» szykuje kolejną wielką premierę.

Jak zwykle w Bell Food Group i w Landquart stawia się na jakość. Między innymi wiele powstających tu produktów ma jakość BIO. Na przykład tofu, z których jest wykonywane, posiadają certyfikat BIO i w 100% pochodzą ze Szwajcarii – wymagają zatem mniej czasu na przetransportowanie.

Nawet jeśli Hilcona Taste Factory funkcjonuje pod tą nazwą dopiero od półtora roku, jej korzenie sięgają do 1841 roku, kiedy to w Chur została zbudowana jedna z pierwszych fabryk produktów mącznych w Szwajcarii. Z niej powstała Frostag Food-Centrum AG, która w 1998 roku wybudowała w aktualnej lokalizacji zakład produk-



W Hilcona Taste Factory tylko 4 linie produkcyjne są wykorzystywane do produkcji makaronów.

cji wyrobów świeżych i mrożonych. Od 2017 roku należy do Hilcona i stopniowo była rozbudowywana do centrum kompetencji ds. produktów makaronowych, wegańskich i wegetariańskich.

Dziś na powierzchni produkcyjnej wynoszącej około 5000 m² w zależności od pory roku zatrudnionych jest od 130 do 150 pracowników. Sinuhe Hofstetter zawsze jest otwarta na ich sugestie. «Wspólnie tworzymy tu nasz sukces. Ostatecznie my wszyscy jemy mądrzej», mówi kierownik zakładu.

Spośród dziewięciu linii produkcyjnych tylko cztery przeznaczone są do wytwarzania makaronu, który jest tu produkowany w postaci półsuchej, pasteryzowanej, obtoczonej w mące i – specjalnie dla klientów Foodservice – mrożonej. Na pozostałych 5 liniach wytwarzane są produkty typu convenience, które stanowią obecnie ponad połowę asortymentu Hilcona Taste Factory.

A co się stanie, jeśli produkt spotka się ze zbyt dużym zainteresowaniem klienta? Wtedy przeniesiemy produkcję z Landquart do innej lokalizacji. Weźmy na przykład makaron «Pasta Traditionale»: dzięki sukcesowi, jaki odniósł, niektóre jego rodzaje od początku roku produkowane są w Schaan – na godzinę powstaje cztero- lub pięciokrotnie większa ilość. • mr

Bell wspiera sztukę miejską w Bazylei

Change of Colours

Dzięki największemu graffiti w Szwajcarii Bazylea jest teraz bogatsza o jedną atrakcję. Firma Bell odegrała w tym znaczącą rolę. Dekoracja ścienna pod hasłem «Change of Colours» znajduje się na fasadzie chłodni.

Od 20 do 30 sierpnia 2020 roku w siedzibie Bell w Bazylei szara betonowa ściana o powierzchni około 1800 m² została przekształcona w wielobarwne dzieło sztuki. Główną atrakcją największego malowidła ściennego w Szwajcarii jest ogromny trzyczęściowy mural na fasadzie chłodni przy Neudorfstrasse, który został stworzony przez znanych na całym świecie artystów sztuki ulicznej takich jak Mr Cenz, Bustart, a także Chromeo



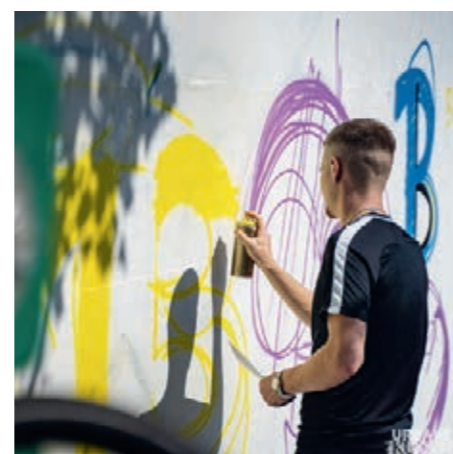
Dzień 1: Ready to go

Zaczyna się. Artyści rozpoczynają od zagruntowania ogromnej ściany.



Dzień 2: Be prepared

Po zagruntowaniu namalowano tła. Znaki na ścianie służą artystom jako raster dalszego obrazu.



Dzień 3 i 4: Workshop Time

Artysta Bustart zaznacza kierownictwo Bell Szwajcaria i pracowników Bell ze sztuką malowania sprayem.



Dni 5-7: Getting there

W temperaturze znacznie przekraczającej 30 stopni artyści ze skupieniem pracują nad swoimi obrazami.



Dzień 8: Finishing Touches

Ogromne malowidła ścienne są już prawie gotowe. Jeszcze tylko kilka ostatnich poprawek...



Dzień 9 i 10: The Jam

Po ogromnych malowidłach ściennych w ramach akcji Graffiti Jam na długości ponad 200 metrów powstanie 20 kolejnych dzieł krajowych i międzynarodowych graffitiarzy.

i Bane. Po lewej stronie lokalny matador Bustart stworzył kolorowy obraz utrzymany w typowej dla siebie mieszance stylu pop-art i komiksowych elementów. Środkowy obraz angielskiego artysty o pseudonimie Mr Cenz przedstawia pełen wyrazu portret kobiety wykonany przy użyciu płynnych, kosmicznych form. Po prawej stronie szwajcarscy artyści sztuki ulicznej Chromeo i Bane stworzyli realistyczny niczym zdjęcie, kolorowy trójwymiarowy obraz, który przedstawia puszkę aerozolu otoczoną kwiatami. Poza ogromnym murem ściany na rogu Neudorfstrasse/Schlachthofstrasse zostały odnowione przez ponad 20 krajowych i międzynarodowych graffitiarzy.

Zmiana koloru

Dekoracja ścienna została wykonana pod hasłem «Change of Colours». Barwne dzieła

sztuki są symbolem przebudzenia po trudnym dla wszystkich czasie, w którym życie społeczne i kulturalne tymczasowo prawie całkowicie zamarło. Dekorowanie ścian zostało zorganizowane i zrealizowane przez stowarzyszenie Urbane Kunst z Bazylei. Firma Bell udostępniła potrzebne ściany i czynnie wspierała artystów przy realizacji projektu. • fv

Link:

urbanekunst.ch

Wszystkie zdjęcia zostały udostępnione przez stowarzyszenie Urbane Kunst.



GVFI

Bell

Belle Chromo

Zrównoważony rozwój w Bell Food Group

Z ZAANGAŻOWANIEM NA PRZYSZŁOŚĆ

Zrównoważony rozwój jest jedną z trzech misji Bell Food Group. Nie jest to przypadkowe. W ostatnich latach zrównoważony rozwój zyskał na znaczeniu zarówno na zewnątrz, jak i wewnątrz przedsiębiorstwa. W związku z tym latem tego roku po raz pierwszy opublikowany został raport na temat zrównoważonego rozwoju Bell Food Group.

Zrównoważony rozwój to koncepcja holistyczna.

Zrównoważony rozwój jest jedną z kluczowych koncepcji XXI wieku. Z tego powodu pojęcie jest wszechobecne w życiu codziennym, mediach i dyskursie publicznym. Taka popularność ma jednak również ciemną stronę. W mowie codziennej pojęcie zrównoważonego rozwoju brakuje wyraźnego kształtu i powszechnie obowiązującego znaczenia. Przykładowo zrównoważony rozwój często jest utożsamiany z ochroną środowiska. To jednak nie wystarczy. O czym myślimy, kiedy obecnie mówimy o zrównoważonym rozwoju lub zrównoważonych produktach?

Trzy wymiary zrównoważonego rozwoju

Udzielenie dokładnej odpowiedzi na to pytanie rzeczywiście nie jest takie proste. Zasadniczo obecnie istnieje przekonanie, zgodnie z którym zrównoważony rozwój jest koncepcją holistyczną i jest on możliwy tylko wtedy, kiedy uwzględnione są wszystkie ważne czynniki społeczne. Na takim założeniu oparty jest tak zwany model 3 filarów. Zakłada on, że zrównoważony rozwój jest możliwy tylko wtedy, kiedy jednocześnie wdrażane są cele ekologiczne, społeczne i ekonomiczne.

Strategia zrównoważonego rozwoju Bell Food Group również opiera się na modelu 3 filarów. Od 2017 roku stanowi ona podstawę zaangażowania na rzecz zrównoważonego rozwoju dla wszystkich obszarów działalności Bell Food Group. W związku z tym obowiązki są podzielone na trzy obszary «produkty i zamówienia» (wymiar ekonomiczny), «środowisko i zasoby» (wymiar ekologiczny) oraz «pracownicy i społeczeństwo» (wymiar społeczny).



«Zrównoważony rozwój oznacza zawieranie umowy pomiędzy pokoleniami. Naszym celem jest gospodarowanie w taki sposób, by kolejne pokolenia nie odczuwały negatywnego wpływu naszych działań i byśmy mogli przekazać następnym pokoleniom naszą działalność, ale oczywiście również naszą planetę w dobrym stanie.»

Volker Baltes
Kierownik obszaru convenience



«W poszczególnych krajach i na poszczególnych rynkach poza Szwajcarią na podstawie uchwalonej strategii angażujemy się w kwestie zrównoważonego rozwoju. Przykładowo wspieramy zrównoważoną produkcję drobiu i aktualnie jesteśmy jednym z największych ekologicznych producentów w Europie. Pracujemy nad optymalizacją materiałów na opakowania, ograniczeniem zużycia energii i wody na potrzeby produkcji, a także wdrożeniem wielu innych środków.»

Marco Tschanz
Kierownik obszaru Bell International

Wzrost znaczenia

Zrównoważony rozwój jest jedną z trzech misji Bell Food Group. Wraz z wprowadzeniem strategii zrównoważonego rozwoju dla wszystkich obszarów działalności zdefiniowane zostały jednakowe standardy zrównoważonego rozwoju, a także wprowadzono zrównoważoną organizację w całej grupie. Na poziomie strategicznym i koncepcyjnym wątki łączą się w zespole ds. zrównoważonego rozwoju Christopha Schatzmanna. Zespół otrzymuje wsparcie ze strony specjalistów ds. zrównoważonego rozwoju.

Bell Food Group zapewnia przejrzystość dzięki raportowi na temat zrównoważonego rozwoju.

ważonego rozwoju w dywizjach, które również są odpowiedzialne za wdrażanie różnych projektów i inicjatyw.

Zrównoważona organizacja jest wprowadzana bezpośrednio pod nadzorem kierownictwa przedsiębiorstwa. Podkreśla to znaczenie, jakie obecnie temat ten ma dla przedsiębiorstwa.

Więcej przejrzystości

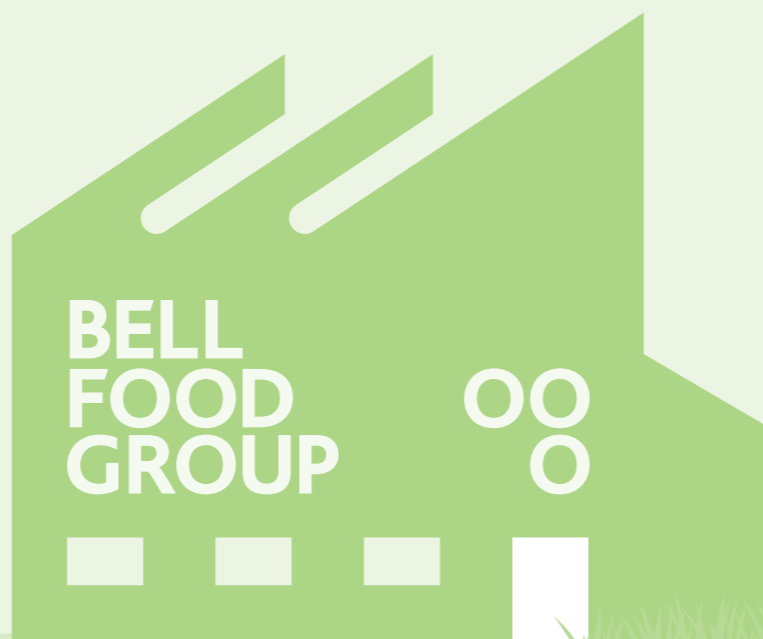
W dzisiejszych czasach media, inwestorzy i inni interesariusze niemalże oczekują, że przedsiębiorstwo takie jak Bell Food Group poświęcać będzie tematyce zrównoważonego rozwoju więcej uwagi i dysponować odpowiednimi strukturami. Z tego powodu tym większe znaczenie ma to, że Bell Food Group mogła zrobić ważny krok naprzód poprzez opublikowanie w tym roku pierwszego raportu na temat zrównoważonego rozwoju również w obszarze zrównoważonej komunikacji. Na ponad 50 stronach raportu na temat zrównoważonego rozwoju Bell Food Group składa sprawozdanie z organizacji, strategii, priorytetów, wyznaczania celów i danych liczbowych w obszarze zrównoważonego rozwoju, tym samym zapewniając przejrzystość wobec zewnętrznych i wewnętrznych interesariuszy. Zgodnie z planami raport na temat zrównoważonego rozwoju ma w przyszłości na stałe zagościć w corocznej sprawozdawczości Bell Food Group. • fv



«Dla mnie zrównoważony rozwój oznacza, że w wyważony sposób uwzględniamy interesy nie tylko jednej grupy interesariuszy, lecz wszystkich grup, a tym samym zapewniamy długotrwały sukces naszego przedsiębiorstwa. Bez względu na to, czy chodzi o rozwój pracowników, ochronę środowiska czy dobro zwierząt – myślimy i działamy w zrównoważony sposób, a także przyjmujemy na siebie odpowiedzialność społeczną.»

Bernhard Lengacher

Kierownik działu kadr Bell Food Group



Wywiad z Christopem Schatzmannem, Kierownikiem ds. zrównoważonego rozwoju/zarządzania jakością

«Doszło do zmiany sposobu myślenia»

Christoph Schatzmann jest kierownikiem resortu zarządzania jakością/zrównoważonego rozwoju. Podlega on bezpośrednio kierownictwu grupy, a wraz ze swoim zespołem jest odpowiedzialny za opracowanie koncepcji i wdrożenie strategicznych wytycznych Bell Food Group w obszarach zarządzania jakością i zrównoważonego rozwoju.

Jakie znaczenie zrównoważony rozwój odgrywa obecnie w Bell Food Group?

Zdecydowanie większe znaczenie niż jeszcze kilka lat temu. Zrównoważony rozwój jest obecnie jedną z trzech misji Bell Food Group, a w tym roku po raz pierwszy opublikowaliśmy raport na temat zrównoważonego rozwoju dla całej grupy. Tematyka zrównoważonego rozwoju jest współcześnie bardziej obecna niż kiedyś, a wśród wielu pracowników zauważam dużą otwartość na tematy związane ze zrównoważonym rozwojem.

Co miało na to decydujący wpływ?

Punktem centralnym było opracowanie strategii zrównoważonego rozwoju dla całej Bell Food Group w 2017 roku jako strategii bazowej, która oddziałuje na wszystkie strategie funkcjonalne. W ten sposób po raz pierwszy zdefiniowaliśmy jednolity kierunek działania. Jednocześnie odpowiednio dopasowana została struktura organizacyjna, a także wprowadzone zostało Centrum Kompetencji ds. Zrównoważonego Rozwoju. Dzięki temu temat zapisał się w świadomości wszystkich dywizji.

Które tematy są najważniejsze?

Ograniczenie emisji i optymalizacja zasobów to ważne tematy, również w odniesieniu do strategii klimatycznej federacji, która wyznacza odpowiednie cele na 2050 rok. Obejmują one na przykład rezygnację z paliw kopalnych. W tej kwestii jesteśmy na dobrej drodze i wdrożyliśmy szereg projektów, by osiągnąć ten cel. Jednak nie dzieje się to z dnia na dzień i ważne jest, byśmy wszyscy razem dążyli do tego samego celu. Sądzę, że w ostatnich latach miała miejsce

zmiana sposobu myślenia w tym zakresie. Można to zauważyć na przykład w przypadku nowego budownictwa, takiego jak nowe projekty budowlane w Oensingen. W tym przypadku zagadnienia optymalizacji zasobów i ograniczenia emisji były uwzględnione od samego początku.

Jaką rolę odgrywa zespół ds. zrównoważonego rozwoju?

Zasadniczo jesteśmy odpowiedzialni za to, by w całej Bell Food Group wdrażane były określone cele z zakresu zrównoważonego rozwoju. Jednakże nie możemy i nie chcemy robić tego sami. Postrzegam siebie raczej za motywatora. Chcemy motywować naszych partnerów w Bell Food Group do przyjmowania i opracowywania zagadnień zrównoważonego rozwoju. Zapewniamy wsparcie, koordynujemy projekty i dbamy o wymianę doświadczeń w ramach Centrum Kompetencji ds. Zrównoważonego Rozwoju. Ponadto jesteśmy także punktem kontaktowym w przypadku pytań i chętnie udostępniamy również naszą wiedzę specjalistyczną. Wyczuwam przy tym dużo akceptacji i entuzjazmu wobec tematyki zrównoważonego rozwoju, co bardzo mnie cieszy. Uważam również, że dla wielu pracowników praca dla zrównoważonego przedsiębiorstwa ma pewne znaczenie.

Ważne jest, abyśmy wszyscy podążali w tym samym kierunku.





Neutralny energetycznie kurnik od Bell

W lipcu 2020 roku firma Bell oddała do użytku nowy kurnik w Zimmerwald niedaleko Berna. Nie ma w tym nic nadzwyczajnego i na pierwszy rzut oka ładny nowy kurnik wygląda dosyć podobnie do normalnego kurnika.

Kurnik wcale nie jest zwyczajny.

Jednak po dokładniejszym przyjrzeniu się szybko można zauważyć, że temu kurnikowi daleko do zwyczajności. Chodzi tu mianowicie o całkowicie neutralny energetycznie, posiadający certyfikat MINERGIE A, prototyp o nazwie BTSplus, który kiedyś będzie wyznaczał nowe standardy.

Koncepcja BTSplus to udoskonalenie sprawdzonego szwajcarskiego systemu hodowli BTS (szczególnie przyjazny dla zwierząt system hodowli) o nowe technologie, zapewniające efektywną energetycznie hodowlę kurczaków bez emisji CO₂. «W przypadku BTSplus bardzo wyraźny nacisk kładziony jest na optymalizację zasobów w zakresie zużycia energii», wyjaśnia Stefan Werren, kierownik projektu BTSplus w firmie Bell.

Punkt centralny stanowi instalacja fotowoltaiczna na dachu, która dostarcza dwa razy więcej energii niż ilość, jaka potrzebna jest do działania kurnika. Pozostała energia jest wykorzystywana na potrzeby innych ob-

szarów działalności albo dostarczana do publicznej sieci elektrycznej. Dzięki instalacji jednostki odzysku ciepła wykorzystywane jest ciepło odpadowe zwierząt. Ciepło odpadowe podgrzewa świeże powietrze z zewnątrz, które jest wykorzystywane do klimatyzacji kurnika oraz ogrodów zimowych. W ten sposób można zaoszczędzić około 80 procent potrzebnej energii cieplnej. Pozostałe 20 procent jest oddawane do dyspozycji przez pompę ciepła, której działanie jest możliwe dzięki prądowi pochodzącemu z własnej instalacji fotowoltaicznej.

Mniej emisji i przyjemny klimat w kurniku

Powietrze zużyte w kurniku BTSplus jest oczyszczane przez biofiltr. W ten sposób podczas bieżącej pracy zmniejsza się emisja kurzu i zapachów, dzięki czemu bezpośrednia okolica jest mniej obciążona. Kurnik i ogrody zimowe są zaopatrywane w uprzednio podgrzane świeże powietrze z zewnątrz. Dzięki temu systemowi opracowanemu specjalnie na potrzeby BTSplus w kurniku i w ogrodach zimowych panuje klimat przyjazny dla zwierząt. Ogrody zimowe mogą być wykorzystywane przez cały rok niezależnie od temperatury na zewnątrz, ponadto mogą być wykorzystywane przez zwierzęta już po kilku dniach życia.

Projekt pilotażowy o przyszłościowym charakterze

Firma Bell chce wykorzystać koncepcję BTSplus do udoskonalenia sprawdzonego szwajcarskiego systemu hodowli BTS i mieć swój wkład w bardziej efektywną energetycznie i neutralną pod względem emisji CO₂ produkcję drobiu w Szwajcarii. Kurnik BTSplus w miejscowości Zimmerwald będzie testowany przez rok w ramach projektu pilotażowego. Po zakończeniu fazy testowej dokonana zostanie ocena, w jakim stopniu koncepcja BTSplus pozwala na budowanie kolejnych nowych budowli i rozszerzenie istniejących kurników BTS firmy Bell. • fv



Wywiad z Markiem Postem, założycielem Mosa Meat

Nie tylko szybko, ale naprawdę dobrze

Bell Food Group rozszerza swój udział w Mosa Meat i inwestuje kolejne 5 milionów euro w holenderski start-up. Nowa runda finansowania ma na celu komercyjną produkcję i wprowadzenie do obrotu wołowiny hodowanej. LOOK! spotkał ze współzałożycielem i kierownikiem badań naukowych Markiem Postem w celu przeprowadzenia wywiadu.



Jak się przedstawia aktualny stan badań w Mosa Meat?

W naszych aktualnych badaniach mamy 2 priorytety: Z jednej strony pracujemy nad zoptymalizowaniem naszego pierwszego produktu, hamburgera. Dążymy do uzyskania perfekcyjnej tkanki tłuszczowej i mięsniowej, aby nie była już możliwa do odróżnienia od tkanki zwykłego mięsa.

«Tym, co wyróżnia Mosa Meat, jest skupianie się na jakości.»

Z drugiej strony wchodzimy w fascynującą fazę zwiększania produkcji. Chodzi nam o rozszerzenie jej z porcji gramowych z bioreaktorów 1-litrowych do ton mięsa, produkowanych w bioreaktorach 5000 l.

Aby to osiągnąć w najbliższych latach, konieczne będzie przeprowadzenie ogromnej liczby badań i prac rozwojowych.

Co odróżnia Mosa Meat od jej konkurentów? Myślę, że tym, co wyróżnia Mosa Meat, jest koncentrowanie się na jakości. Sądzimy, że większa część konsumentów przestawi się na mięso hodowane, jeśli pod względem smakowym i pod względem struktury będzie porównywalne ze zwykłym mięsem. Osiągnięcie tego jest naszym celem, nawet jeśli jest zadaniem trudnym i wymagającym czasu. Ważne jest stworzenie «dojrzałej» tkanki mięsniowej i tłuszczowej; to znaczy komórek tworzących zorganizowaną strukturę, a nie tylko samych «luźnych» komórek.

Niektórzy spośród naszych konkurentów wydają się bardziej koncentrować na szybkim wejściu na rynek;

w każdym razie z produktami zawierającymi komórki, jednak nie zawierającymi tkanki. W Mosa Meat kierujemy się inną zasadą i staramy się wytwarzać tłuszcz oraz mięśnie, będące w rzeczywistości takimi samymi, jakie są w tradycyjnym mięsie.

Co cieszy Państwa najbardziej, myśląc o najbliższych 2 latach?

Ze szczególnym zaciekawieniem oczekujemy uruchomienia naszego pilotażowego zakładu. Będzie w nim produkowane mięso do naszych pierwszych sprzedaży na małą skalę. Jako naukowiec nie mogę się doczekać, aż zajmę się kolejnym dużym wyzwaniem naukowym, którym będzie przejście od mięsa mielonego do struktur 3D (tzn. do steków). Naszym celem jest stworzenie w najbliższych 2 latach prototypu steku.

Wiążą się z tym naprawdę interesujące wyzwania, na przykład stworzenie tak zwanego systemu perfuzyjnego transportującego tlen i substancje odżywcze do komórek w obrębie struktury grubego steku. • sh

Szczegółowe informacje na temat rozszerzonego udziału w Mosa Meat znajdą Państwo w informacji medialnej z dnia 9. lipca 2020 roku na stronie www.bellfoodgroup.com.



Co myślą pracownicy Bell Food Group na temat zrównoważonego rozwoju

Dla nas i naszej planety

Co oznacza pracować dla firmy, która obok tematu jakości i smaku uznała zrównoważony rozwój jako priorytet dla swoich działań i strategii? LOOK! zapytał o to pracowników firmy Bell Food Group.

Ulrich Freund

Kierownik zaopatrzenia strategicznego w Hilcona w Schaan



«Zawsze szukamy rozwiązań lepszych ekologicznie.»

«Aby zapewnić zrównoważony rozwój, należy nie tylko pamiętać o kosztach oraz jakości przy poszukiwaniu odpowiednich rozwiązań, ale także uwzględnić inne aspekty z zakresu zrównoważonego rozwoju. W praktyce oznacza to, że mój zespół i ja stale poszukujemy rozwiązań, które byłyby lepsze pod względem ekologii i ochrony środowiska; czy to poprzez ograniczenie transportu, unikanie stosowania materiałów opakowaniowych i generowania przy tym niepotrzebnych strat, czy też poprzez świadome wykorzystanie surowców regionalnych. W tym celu konsekwentnie prosimy naszych dostawców o przedstawianie nam zrównoważonych rozwiązań. Bierzymy też pod uwagę kryterium zrównoważonego rozwoju w procesie podejmowania decyzji o współpracy z nowymi dostawcami. Dążenie do zrównoważonego rozwoju nie tylko powinno, ale wręcz musi być zakotwiczone w naszym DNA – tylko w ten sposób możemy utrzymać naszą planetę w stanie pozwalającym na normalne egzystowanie w dłuższej perspektywie czasowej.»



Matthias Wagner

Kierownik ds. zarządzania projektami IT w Bell w szwajcarskiej Bazylei

«Żyjemy na planecie z ograniczonymi zasobami. Dlatego też kwestia zrównoważonego rozwoju jest ważna i dotyczy tak naprawdę nas wszystkich. Trzeba zdać sobie sprawę z tego, że każdy z nas wnosi swój własny wkład w życie planety – nawet jeśli odbywa się to tylko poprzez codzienną segregację odpadów. W moim życiu prywatnym zrównoważony rozwój oznacza jak najbardziej efektywne wykorzystanie zasobów we wszystkich podejmowanych przeze mnie działaniach. Tam, gdzie nie potrzebuję samochodu, nie używam go i docieram na miejsce w inny sposób. Tam, gdzie można, korzystam z energii słonecznej.

Również w miejscu pracy powinniśmy zastanowić się nad tym, jakie ulepszenia możemy jeszcze wprowadzić. Inteligentne technologie mogą nas w tym wesprzeć. Jest więc wiele elementów w moich obszarze działań, które promują zrównoważony rozwój: zaczynając od inteligentnych systemów komputerowych, które wymagają mniej energii do osiągnięcia takiej samej lub wyższej wydajności, niż w przypadku standardowych rozwiązań, a skończywszy na wsparciu technicznym IT w rozwoju «Cultured Meat», czyli mięsa wyhodowanego z komórek macierzystych. Jest to innowacja, która w najbliższej przyszłości będzie odgrywać coraz ważniejszą rolę w przemyśle mięsny, chroniąc jednocześnie zasoby i umożliwiając tworzenie nowych modeli biznesowych.

Cieszę się, że mogę pomóc w kształtowaniu zrównoważonej, a tym samym lepszej przyszłości poprzez takie projekty jak te, którym patronuję w Bell Food Group. To dla mnie bardzo ważne, aby pracować w firmie, która postrzega kwestię zrównoważonego rozwoju jako jedno z głównych zadań i na co dzień żyje zgodnie z tymi wartościami.»

«Żyjemy na planecie o ograniczonych zasobach.»



Dorothea Poppele

Referentka ds. personalnych w Bell Deutschland w Sevetal

«Ważną rolę odgrywa również ochrona pracowników.»

«Szczególnie w naszej kontrowersyjnej branży ważne jest dla mnie, aby kwestia zrównoważonego rozwoju była traktowana poważnie. To dlatego, że pozwala nam to wyróżnić się na tle wielu konkurentów – również w świetle ostatnich wydarzeń, które miały miejsce w branży mięsnej. W sektorze zasobów ludzkich, zorientowanie firmy na zrównoważone działania stało się decydującym argumentem dla pozyskiwania nowych pracowników. Fakt, że zrównoważony rozwój jest mocno zakorzeniony w wartościach Bell Food Group, jest jednym z kryteriów, przy pomocy którego możemy oddziaływać na innych, w tym na przedstawicieli młodego pokolenia. To nam bardzo pomaga, ponieważ coraz trudniej jest być atrakcyjnym pracodawcą dla młodszych pracowników w przemyśle mięsny.

I nie chodzi tu tylko o ochronę środowiska i zasoby. Ważną rolę odgrywa w tym wszystkim również troska o pracowników. Chodzi tutaj o przestrzeganie zasad BHP w dziale produkcji, a także wspieranie aktywności fizycznej w czasie wolnym poprzez udział w programie Hansefit, oferującym korzystanie z siłowni i klubów fitness w korzystnych cenach, oraz firmowy program emerytalny. Stanowi to szeroki wachlarz różnych środków, które pomagają zwiększyć naszą atrakcyjność jako pracodawcy. Dla mnie osobiście zrównoważony rozwój oznacza także uczciwość wobec innych, jak i wobec przyszłych pokoleń. Bo tylko jeśli teraz będziemy działać w sposób oszczędzający zasoby, świat nadal będzie miejscem wartym życia w przyszłości.»

Sandra Schaad

Senior Group Accountant w Bell w szwajcarskiej Bazylei

«W mojej opinii, termin «zrównoważony rozwój» obejmuje wiele aspektów. Dla mnie oznacza to bycie dalekowzroczną i ostrożną wobec natury oraz życzliwą względem ludzi. Zasoby w naszym świecie nie są nieskończone, dlatego powinniśmy traktować je z rozmysłem i świadomością. Z tego powodu osobiście staram się kupować przede wszystkim regionalne i sezonowe produkty, aby zminimalizować odległości transportowe i wesprzeć tym samym lokalną gospodarkę. Dbam również o to, by zmniejszyć zużycie plastiku i jak najdłużej używać przedmiotów codziennego użytku.

Dla mnie, jako pracownika, ważne jest, aby pracować w firmie zorientowanej na przyszłość. Dotyczy to również kwestii zrównoważonego rozwoju. Uważam, że to wspaniałe, iż pierwszy raport Bell Food Group o zrównoważonym rozwoju został opublikowany w sierpniu. To sprawia, że ich zaangażowanie w tym temacie jest przejrzyste, a komunikat wysyłany światu jasny i czytelny. Każdy z nas, robiąc tak naprawdę niewiele może przyczynić się do stworzenia czegoś dużego. W naszym biurze, na przykład, dbamy o to, aby wieczorem wyłączać oświetlenie, częściej wyłączać drukarkę, zmniejszać zużycie papieru, przetwarzać kapsułki do kawy i używać filiżanek do kawy zamiast jednorazowych kubków. Ale zrównoważony rozwój oznacza również dobrą atmosferę w zespole, okazywanie sobie nawzajem szacunku i promowanie możliwości dalszego rozwoju zawodowego, tak abyśmy mogli rozwijać się razem jako zespół.»

«Osobiście staram się kupować głównie regionalnie i sezonowo.»



Jubileusze

LOOK! gratuluje jubilatów świętującym w okresie wrzesień – listopad 2020 r.

Bell Szwajcaria

20 lat pracy

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

25 lat pracy

Denis Schwartz, 1 września, Bell Szwajcaria, Bazylea
Luis Jorge Pacheco Martins, 18 września, Bell Szwajcaria, Cher-Mignon
Levent Ersel Oeztuerk, 2 października, Bell Szwajcaria, Bazylea
Edouard Borluzzi, 1 listopada, Bell Szwajcaria, Bazylea
Johannes Meister, 1 listopada, Bell Szwajcaria, Bazylea
Khalil Kanso, 20 listopada, Bell Szwajcaria, Zell

30 lat pracy

Dominique Klinzig, 1 września, Bell Szwajcaria, Bazylea
Maurice Kohler, 1 września, Bell Szwajcaria, Bazylea
Philippe Salomon, 1 września, Bell Szwajcaria, Bazylea
Roland Thiaville, 1 września, Bell Szwajcaria, Bazylea
Urs Wechsler, 24 września, Bell Szwajcaria, Zell
Jean-Luc Laurency, 1 października, Bell Szwajcaria, Bazylea
Christiane Bentzinger, 8 października, Bell Szwajcaria, Zakupy
Didier Hugel, 1 listopada, Bell Szwajcaria, Bazylea
Christine Meyer, 1 listopada, Bell Szwajcaria, Bazylea
Andre Godel-Kumschick, 2 listopada, Bell Szwajcaria, Bazylea
Hermann Häfliger, 13 listopada, Bell Szwajcaria, Zell

35 lat pracy

Remo Chapuis, 1 października, Bell Szwajcaria, Bazylea
Christophe Kleiber, 14 października, Bell Szwajcaria, Bazylea

40 lat pracy

Isabelle Lancelot, 3 listopada, Bell Szwajcaria, Bazylea
Didier Gallay, 10 listopada, Bell Szwajcaria, Cheseaux

45 lat pracy

Nicoletta Lisi, 5 października, Bell Szwajcaria, Bazylea

Emerytura

Rosario Donato Gagliarde, 30 września, Bell Szwajcaria, Cher-Mignon
Mrika Toplanaj-Mrijaj, 30 września, Bell Szwajcaria, Oensingen

Wczesna emerytura

Heidy Grässlin, 30 września, Bell Szwajcaria, Bazylea
Patricia Renevey, 31 października, Bell Szwajcaria, Cheseaux
Claudia Fiorillo, 30 listopada, Bell Szwajcaria, Bazylea
Armin Heeb, 30 listopada, Bell Szwajcaria, Gossau

Odeszli

Mladen Haban, 17 czerwca, Geiser AG, Schlieren
Hansruedi Schneider, 24 lipca, Bell Szwajcaria, Oensingen

Bell International

20 lat pracy

Marco Müller, 18 września, Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Harkebrügge
Isabelle Maussang, 2 października, Bell Francja, Salaison Polette & Cie Sas
Petra Rögl, 9 października, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt
Wjatscheslaw Strasser, 1 listopada, Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Edewecht
Ilmije Kelmendi, 8 listopada, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt

25 lat pracy

Pascal Perret, 2 października, Bell Francja, Saint-André-sur-Vieux-Jonc
Barbara Pęczek, 25 października, Bell Polska, Niepołomice
Christian Relave, 6 listopada, Bell Francja, Val de Lyon

30 lat pracy

Catherine Vigier, 1 października, Bell Francja, Salaison Polette & Cie Sas
Jean-Marc Clair, 8 października, Bell Francja, Saint-André-sur-Vieux-Jonc
Isabelle Chagneux, 9 października, Bell Francja, Saint-André-sur-Vieux-Jonc
Laurent Blanchet, 12 listopada, Bell Francja, Saint-André-sur-Vieux-Jonc

40 lat pracy

Manfred Thölken, 16 października, Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Edewecht

Emerytura

Stanisława Węgrzyn, 2 września, Bell Polska, Niepołomice
Rasema Plavotic, 30 września, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt

Convenience

20 lat pracy

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

Aktualne oferty pracy znajdują się na stronie:
bellfoodgroup.com/karriere

25 lat pracy

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

30 lat pracy

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

40 lat pracy

Maria Celestina Pereira Leitao Carvas, 21 października, Eisberg AG, Dällikon

Emerytura

František Truchlý, 31 lipca, Hügli Food s. r. o., Zásmuky (dodano)
Manfred Kohlen, 30 września, Hilcona AG, Schaan
Gertrud Engler, 31 października, Hilcona AG, Schaan
Ramos Quintans Santos, 31 października, Hilcona AG, Schaan
Yvonne Hirt-Mathis, 30 listopada, Eisberg AG, Dällikon

Wczesna emerytura

Mirosława Świerczyk, 30 września, Eisberg Polska, Legnica
Urszula Betleja, 18 października, Eisberg Polska, Legnica

PYTANIE KONKURSOWE**Wygraj cały dzień tylko dla siebie!**

Nasza filozofia zrównoważonego rozwoju obejmuje również Was, drodzy Pracownicy. A ponieważ po pracy tak ważny jest odpoczynek, w tej edycji konkursu możecie wygrać «Dzień regeneracji» o wartości 300 euro. Odpręż się w saunie, idź na masaż, rozkoszuj się kolacją we dwoje i daj ciału i duszy odpocząć podczas dnia wypełnionego beztroską przyjemnością. Życzymy Wam tego z całego serca.

**Pytanie konkursowe**

Jak nazywa się prototyp nowego kurnika od Bell?

Play & Win!

- A) BTSplus
- B) Kurnik przyszłości
- C) Kurnik Bell 2.0

Nagrody

1 x Dzień regeneracji o wartości 300 euro.

10 x bon na zakupy o wartości 30 euro w lokalnym supermarkecie.

Jak wziąć udział?

Wyślij rozwiązanie wraz ze swoim imieniem i nazwiskiem, (poprzednim) miejscem pracy oraz pracodawcą na adres look@bellfoodgroup.com.

Zgłoszenia przyjmowane są do 18 grudnia 2020 roku.

Spośród nadesłanych prawidłowych odpowiedzi wylosujemy zwycięzców. Odpowiedzi nadesłane wielokrotnie przez jedną osobę nie zostaną uwzględnione w losowaniu.

Zwycięzcy zostaną osobiście poinformowani o wygranej. Nie udzielamy informacji telefonicznej ani korespondencyjnej na temat losowania.

Z kurczakiem, indykiem i perliczką za pan brat
**JADŁEŚ JUŻ DZIŚ
 COŚ SKRZYDLATEGO?**

Rosół powinien pomóc na przeziębienie. Sałatki z indykiem pokrojonym w paski nie powinno zabraknąć w żadnej diecie. Czym byłyby święta bez pieczonej gęsi? Z mięsa drobiowego można zrobić po prostu wszystko. LOOK! nieco dokładniej przygląda się w tym wydaniu ulubionemu ptactwu.



Indyk

Po łacinie: Meleagris gallopavo

Wielkość: ok. 100 cm

Waga: do 13 kg

Indyki to zawodnicy «wagi ciężkiej» wśród ptaków hodowlanych. Gotowa do przyrządzenia indyczka waży od 3 do 7 kilogramów. Indor nawet 12 kilogramów, jeśli nie więcej. Dlatego najczęściej wykorzystuje się ich elementy. Mięso indyckie jest ubogie w tłuszcze i kalorie i prawie nie zawiera węglowodanów. Ponieważ jest lekkostrawne, doskonale nadaje się do stosowania w lekkich, dietetycznych posiłkach. Udka i skrzydełka z ich intensywnym aromatem mogą być także wykorzystywane w «cięższych» przepisach. A kto był już w Ameryce na Święto Dziękczynienia, wie, że w razie potrzeby w piekarniku zmieści się też cały indyk.

Gęś:

Po łacinie: Anser

Wielkość: ok. 85 cm

Waga: 5 do 7 kg

To bomba kaloryczna wśród gatunków ptaków. Gęsina zawiera bowiem porównywalnie dużą ilość tłuszczu. Podczas smażenia jego część wypływa. Zawartość kalorii można nieco zmniejszyć, jeśli przed przygotowaniem sosu część tłuszczu zostanie odsączona. Mięso gęsie nie jest jednak samo w sobie niezdrowe. Zawiera między innymi dużo cennego magnezu i żelaza. A w końcu Boże Narodzenie też jest tylko raz w roku.

Kaczka:

Po łacinie: Anas platyrhynchos

Wielkość: ok. 40 cm

Waga: 3 do 5 kg

To ciemne, aromatyczne mięso kaczki to zwykle mięso kaczki piżmowej albo kaczki pekin. Ponieważ pierwotnie kaczki piżmowe zamieszkiwały drzewa, są mniej tłuste, mają bardziej rozwinięte mięśnie skrzydeł i dużą ilość mięsa z piersi. Rzadsze dzięki kaczki przekonują również dzięki chudsze- mu mięsu i dodatkowo bardzo korzen- nemu aromатовi. Kaczka pekin, której nazwa jest używana także dla określenia tradycy- nej potrawy chińskiej, ma natomiast wyż- szą zawartość tłuszczu. W tym też tkwi tajemnica jej kruchości.

Perliczka

Nazwa łacińska: Numididae

Wielkość: ok. 60 cm

Waga: 2 do 3 kg

Perliczka jest rozpowszechniona jako spe- cjał przede wszystkim we Francji. Pierwot- nie pochodzi z Afryki, gdzie do dziś żyje na wolności. Wygrywa dzięki delikatności i intensywnemu aromатовi mięsa. Perlicz- ki są często przygotowywane w piekarniku w całości. Piersi z perliczki również można przyrządzić na wiele sposobów, w postaci duszonej lub smażonej.

Kurczak

Po łacinie: Gallus gallus domesticus

Wielkość: ok. 30 cm

Waga: 800–1200 g

Kurczak, kura, brojler itp. - nazw na okre- ślenie tego pożądanego drobiu jest wiele. Tak jak wiele jest możliwości jego przy- rządzenia. Całe zwierzę, kurczak pieczony czy kura na rosół, chrupiące pieczone udka albo chuda pierś. Mięso z kurczaka to na całym świecie drób numer 1. Każdy region ma własne przepisy – od «Wiener Back- hendl» przez azjatyckiego kurczaka curry po chilijskie danie narodowe «Cazuela de Ave», zupę z kurcząt i jarzyn.

Przepiórka

Po łacinie: Coturnix

Wielkość: 18 cm

Waga: ok. 200 g

Przepiórka jest beniaminkiem w skrzydła- tej rodzinie. Dokładnie wielkości szpaka i waży zaledwie 200 gramów, jest najmniejszym gatunkiem z rodziny kuro- watych. Klasykiem kuchni francuskiej jest przepiórka faszerowana. Ale przyjemność sprawia także jej niefaszerowane mięso o nieznacznym posmaku dzicyzny.

Rynek mięsa drobiowego przeżywa boom: od 2006 roku w całej Europie odnotowano ponad 30-procentowy wzrost jego sprzedaży. Jednak apetyt na mięso z kurcząt, indyka i spółki nie jest niczym nowym. Już w dawnym Egipcie trzymano drób jako zwierzęta gospodarskie. Nie wspominając o starożytnych Rzymianach i Grekach z ich obficie zastawionymi stołami.

Z punktu widzenia zoologii drób to zbiorowa nazwa na określenie gatunków ptaków hodowanych jako zwierzęta gospodarskie i domowe, nadające się do spożycia. Czyli na przykład kur, gęsi, kaczek i przepiórek. Do popularności mięsa tych zwierząt przyczyniło się zapewne to, że daje się przyrządzić na wiele sposobów. Równocześnie jest ono – z nielicznymi wyjątkami – ubogie w tłuszcz i niskokaloryczne oraz bogate w wysokiej jakości białka oraz tak ważne substancje odżywcze. • *mr*

Podróż po świecie w domowym zaciszu z nowościami od Bell Food Group

Od Sabaudii po Azję

Po tegorocznym lecie z ograniczonymi możliwościami podróżowania wiele osób odczuwa tęsknotę za odległym światem. Specjały ze wszystkich stron świata oferowane przez Bell Food Group pomogą nieco ukoić tęsknotę za ukochanym krajem. Do tego dojdą liczne nowości z własnego regionu – w jednym z przypadków nawet sami klienci wykazują się kreatywnością.

Bell Szwajcaria: Salami w nowym opakowaniu

4 produkty salami z klasycznego asortymentu Bell od połowy czerwca mają nowe, przyjazne klientom opakowania. «Salametti Tradizionale» oraz «Salame Artigianale», które wcześniej sprzedawane były w siatce i z banderolą, odtąd są pakowane w higieniczne kompletne opakowania. Nowe opakowania «Salame Originale» i «Salame Spianata» zawierają mniej plastiku w porównaniu z dotychczasowymi. To cecha, na którą klienci zwracają coraz większą uwagę. Z wprowadzeniem na rynek tych opakowań wiąże się nie tylko promowanie higieny i zrównoważonego rozwoju. Nowy papier pakowy kraft podkreśla także tradycyjny włoski kunszt masarski i wysokiej jakości składniki, wyróżniające te kiełbasy.



Bell Polska: trzy nowe rodzaje wędlin w stylu krakowskim

Polscy klienci znajdą teraz w Bell trzy nowe rodzaje wędlin, dzięki którym ich ulubione kanapki zawsze będą urozmaicone. Kiełbasa krakowska z szynki oraz kiełbasa krakowska z indyka lub z kurczakiem są produktami wędzonymi, gotowanymi lub suszonymi, wszystkie z dużą zawartością mięsa. Wariant z kurczakiem wyróżnia się ponadto bardzo niską zawartością tłuszczu – zaledwie 3%. Wprowadzaniu nowości przyglądano się na Facebooku.



Bell Niemcy: Szynki mini jak w «Bella Italia»

Niewielkie plasterki Serrano marki Abraham królują w miseczkach z przekąskami niemieckich fanów szynki. Tego lata pojawił się wariant włoski: Prosciutto Minis. Wykorzystywana do ich produkcji szynka dojrzewa we Włoszech tradycyjnie przez 11 miesięcy, a następnie jest krojona na cieniutkie plasterki w stylu antipasti. Aby możliwe było podanie na talerz do przystawek, dzięki zastosowaniu folii oddzielającej plastry można łatwo wyjąć z opakowania.

Bell Francja: Specjalności z Sabaudii w opakowaniu przyjaznym dla środowiska

Regionalne produkty w opakowaniach przyjaznych dla środowiska są bardzo modne wśród francuskich klientów. Pokazuje to także nowy asortyment wędliniarski Bell z Sabaudii. Czy to bez dodatków, z orzechami laskowymi, z serem Beaufort czy wędzone – wszystkie warianty «Saucisson sec de Savoie» są wyprodukowane z najlepszego francuskiego mięsa w zakładzie Bell w Aime. W przypadku nowego asortymentu zespół położył nacisk na opakowania nadające się do recyklingu. To, jak wysoka jest jakość i smak suchych kiełbas z Sabaudii, ostatnio znów zostało potwierdzone wyróżnieniem: tradycyjna «Saucisson sec recette à l'ancienne» otrzymała srebrny medal w «Concours Général Agricole».



W przypadku nowych opakowań Bell Francja położyła nacisk na możliwość ponownego ich wykorzystania.





Eisberg Węgry: Sałatka zgodnie z wolą klientów

Dlaczego zawsze tylko eksperci mają nam mówić, co powinno się znaleźć w woreczku z mieszanką sałat? Eisberg niedawno odwróciła tę sytuację: od końca lipca węgierscy klienci mogli tydzień w tydzień decydować na Facebooku i Instagramie o składnikach i w ten sposób stworzyli «Sałatę Narodową», która została zaprezentowana 20 sierpnia. Akcja zakończyła się pełnym sukcesem: na samym Facebooku w kompletowaniu składników swojej ulubionej mieszanki sałat uczestniczyły tysiące fanów. Ostateczny wybór padł na połączenie sałaty lodowej, sałaty rzymskiej, marchewki, cykorii oraz kukurydzy. Można ją teraz kupić w supermarketach w całym kraju.

Klienci na Węgrzech mogli samodzielnie wybierać składniki sałatki.



Hilcona: Nowości gastronomiczne z Bad Wünnenberg

W pierwszym w Niemczech zakładzie produkującym świeże produkty convenience firmy Hilcona prace nad rozwojem produktów biegły w ostatnich miesiącach pełną parą. W sierpniu na rynku pojawiła się nowość w branży usług gastronomicznych w postaci nowych mąsli i humusu z Bad Wünnenberg. W ten sposób Hilcona podąża za dwoma trendami dostrzegalnymi w gastronomii: boom płatków owsianych - temat «zdrowego śniadania» jest bardzo aktualny. Różne kreatywne gatunki humusu królują aktualnie w jadłospisach. Ciecierzycza w postaci pasty przekonuje nie tylko dzięki smakowi, lecz także dzięki wysokiej zawartości białka.



Hilcona: Fresh Break Sandwiches ze zmienionym asortymentem

«Teraz znów zamawiam więcej kanapek, ponieważ asortyment jest bardziej urozmaicony.» Albo: «Od kiedy pojawiły się nowe opakowania zamawiamy więcej kanapek.» To tylko dwie spośród licznych pozytywnych reakcji zwrotnych na nową linię «Fresh Break Sandwich» Hilcona. Świeży i ultraświeży asortyment 38 produktów został wylansowany w maju w Szwajcarii. Hilcona wzięła ponadto pod lupę istniejące produkty i ulepszyła receptury oraz stworzyła nowy projekt opakowania. Nowy wygląd odzwierciedla świeżość, naturalność i wysoką wartość kanapki oraz pobudza apetyt.

Hügli: Teraz przyprawy własnej produkcji

Wszystkie przyprawy i zioła dla klientów Foodservice Hügli już teraz pochodzą z własnej bardzo nowoczesnej pakowni w Radolfzell. Eksperci kulinarni rozszerzają ponadto swoją ofertę dla niektórych rynków o nowe produkty, takie jak laska wanilii, mielona gałka muskatołowa czy zioła prowansalskie. Podczas gdy klienci w Szwajcarii i Austrii już od dłuższego czasu mogą zamawiać w Hügli dodatkowo zioła, asortyment przypraw i ziół w Niemczech znalazł się w ofercie po raz pierwszy.



Hilcona: bliskowschodni przysmak z Levante-Bowls

Jak różnorodna jest kuchnia Bliskiego Wschodu, pokazuje 5 nowych Levante-Bowls, które Hilcona w Orbe codziennie świeżo oraz z ogromną miłością produkuje dla rynków handlu detalicznego oraz To-go w Szwajcarii. Jako potrawy stylu kuchni lewantyńskiej Bowls zawierają jako takie składniki jak ciecierzycza, kuskus, kalafior lub bakłażan. Obok dwóch wariantów z kurczakiem są też trzy rodzaje dla wegetarian.



Hilcona: dalekowschodni przysmak z Asia Meals

Fani kuchni azjatyckiej też nie będą zawiedzeni: od września dostępne są w sprzedaży nowe Asia Meals Hilcona. Sakiewki azjatyckie z sosem sweet chili albo sosem teriyaki oraz makaron azjatycki z kurczakiem należą do posiłków gotowych do podgrzania, co oznacza, że wymagają zaledwie kilku minut na patelni albo w kuchenke mikrofalowej. Opatentowany proces produkcji zapewnia świeżość i kruchość warzyw. Uwagę przyciąga ponadto opakowanie nawiązujące wizualnie do parowaru bambusowego, które już w chwili zakupu wzmacnia apetyt na produkty.

Asia Meals to jedno z dań świeżo do podgrzania.



ASORTYMENT BIO HÜGLI JUŻ TERAZ ZGODNY Z ROZPORZĄDZENIEM UE

Ponieważ bio nie równa się bio

od 1 stycznia 2021 obowiązywać będą nowe, bardziej surowe przepisy dla środków spożywczych z oznakowaniem bio. Hügli dostosowała produkty BIO swoich trzech marek «Hügli», «Vogeley» i «Stein's Best» do rozporządzenia UE w sprawie ekologii. W tym celu przedsiębiorstwo, będące jednym z nielicznych w branży foodservice, które oferuje asortyment produktów convenience, przebadano w ubiegłym miesiącu wszystkie 30 produktów z oznakowaniem bio.

Konieczne okazało się znalezienie zamienników dla wielu substancji smakowych, ponieważ wkrótce w odniesieniu do nich obowiązywać będzie zasada, zgodnie z którą będą mogły być wytwarzane wyłącznie z produktu wyjściowego, od którego pochodzi ich nazwa – czyli na przykład smak truskawkowy z truskawek.

Pracę nad recepturami Hügli wykorzystwała równocześnie do tego, aby produkty stały się maksymalnie nowoczesne z kulinarnego punktu widzenia. Po licznych degustacjach Brigitte Jauch, starsza menedżer produktu w Hügli, jest pewna: «Dzięki modyfikacjom nasze produkty jeszcze raz zrobiły wyraźny krok do przodu i pod względem smakowym są obecnie na bardzo wysokim poziomie.» • mr



Sybille Walpert i Christian Nigg prowadzą rekrutację do działu produkcji

W poszukiwaniu najlepszych

Gdyby kierownicy ds. personalnych mogli sporządzić listę życzeń, «zadowoleni pracownicy, którzy pozostają wierni przedsiębiorstwu na długo» znaleźliby się u większości z nich na samej górze takiej listy. Sybille Walpert, Dyrektor Działu Kadr w firmie Bell w Oensingen, oraz Christian Nigg, Kierownik ds. personalnych łańcucha dostaw w firmie Hilcona w Schaan, oboje zajmują się znajdowaniem odpowiednich osób na stanowiska w dziale produkcji. O tym, jak do tego podchodzą opowiadają w wywiadzie dla LOOK!

Czy na potrzeby rekrutacji stosują Państwo standardy spójne dla Państwa zakładu produkcyjnego?

Sybille Walpert: «Oczywiście. Wykorzystujemy na przykład spójne układy graficzne w ogłoszeniach, korzystamy z przewodnika dotyczącego przeprowadzania rozmów kwalifikacyjnych i mamy listę kontrolną dla procesu rekrutacji.»

Christian Nigg: «U nas jest podobnie. Przykładowo zazwyczaj postępujemy zgodnie z takim samym procesem od rozpisania oferty aż po zatrudnienie, a także wykorzystujemy przewodnik dotyczący rozmów kwalifikacyjnych zawierający obszary tematyczne, które zawsze poruszamy.»

Na swoim biurku mają Państwo stos aplikacji. W jaki sposób przeprowadzają Państwo wstępną selekcję?

Christian Nigg: «Najpierw określamy, jakich cech szukamy u kandydata. Następnie dokonujemy wyboru zgodnie z systemem ABC. Ocenę A otrzymują kandydaci, których chętnie byśmy zatrudnili. Ocena B oznacza: brany pod uwagę. Natomiast ocenę C otrzymują ci, którzy otrzymują decyzję odmowną.»

Sybille Walpert: «My również już z góry definiujemy «kryteria obowiązkowe i kryteria opcjonalne» dla profilu stanowiska pracy. Na tej podstawie dokonujemy następnie wstępnej selekcji kandydatów. Jeśli wybór nadal jest zbyt duży, zapraszamy tych, którzy poza określonymi wymaganiami dodatkowo są w stanie dołożyć od siebie jak najwięcej «cech opcjonalnych.»»

Na co w szczególności zwracają Państwo uwagę podczas późniejszej rozmowy kwalifikacyjnej?

Christian Nigg: «Dla mnie ważne jest wycucie, czy kandydat wie, co na niego czeka i czy naprawdę chce tę pracę. Dlatego też pytam między innymi również o oczekiwania dotyczące jego nowych zadań.»



Sybille Walpert: «Osobiście przykładam ogromną wagę do autentycznego zachowania i motywacji kandydata. Poza tym obserwuję współpracę pomiędzy nim a przełożonym.»

W jaki sposób wybierają Państwo odpowiednich nowych pracowników po etapie rekrutacji?

Sybille Walpert: «Po przeprowadzeniu wszystkich rozmów i odbyciu przez kandydatów dnia próbnego raz jeszcze wymieniamy się swoimi wrażeniami z przełożonym, który następnie podejmuje ostateczną decyzję.»

Christian Nigg: «Postępujemy w ten sam sposób. Dla mnie okres próbny również liczy się do procesu rekrutacji. W tym czasie wciąż mam nowo zatrudnionego pracownika trochę na oku, aby zobaczyć, czy obie strony podjęły prawidłową decyzję.» • mr