

LOOK!

Mitarbeitermagazin der Bell Food Group

04 2020



**Innehalten
und geniessen**

BELL
FOOD
GROUP





Inhalt

Aus dem Unternehmen

- 4 Und jetzt alle zusammen!**
Mit «TopX» strebt die Bell Food Group nach Exzellenz
- 8 Der erste seiner Art**
Hilcona präsentiert den ersten veganen Fleischkäse zum Aufbacken
- 9 Der klare Sieger**
Green-Mountain-Burger wird Kassensturz-Testsieger

Im Überblick

- 10 Burger Challenge 2020**
Bell BBQ Single Masters Home Edition 2020

Arbeiten bei der Bell Food Group

- 12 Beim Recruiting die Nase vorn**
Hilcona und Bell belegen Spitzenplätze bei «Best Recruiters»-Studie

Nachhaltigkeit und Innovation

- 14 Gemeinsam für nachhaltige Soja**
Soja Netzwerk Schweiz feiert Zehn-Jahr-Jubiläum
- Vor Ort in ...
- 16 Ein Schmuckstück in der Auvergne**
Die DNA der Bell Food Group in Frankreich

Titelstory

- 18 Innehalten und geniessen**
Die Freude am guten Genuss

Wir Menschen machen den Unterschied

- 21 Mmmh, köstlich**
Mitarbeitende aus der Bell Food Group zum Thema «Genuss»

Jubiläen

- 22 Jubiläen**
LOOK! gratuliert den Jubilaren von Dezember 2020 bis Februar 2021

Wettbewerb

- 25 Gewinnen Sie einen Gourmet-Abend**
Suchrätsel

Unsere Genusswelt

- 26 Kreatives Finale**
Anregungen aus der Bell Food Group für genussvolle Feiertage
- 28 Festlicher Genuss für alle Sinne**
Das Food-Pairing-Weihnachtsmenü

So geht Qualität

- 32 Doppelsieg für Bell Deutschland**
Gold- und Silbermedaillen bei «Produkt des Jahres»-Auszeichnung

Beim Genuss machen wir keine Abstriche

Liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Corona hat das Jahr geprägt und beeinflusst unseren Alltag noch immer. Von einem Tag auf den anderen mussten wir unser Leben umstellen und Massnahmen mittragen, um uns, unsere Familie, Freunde und Arbeitskollegen zu schützen. Bei einer weltweiten Pandemie, wie wir sie erleben, sind wir alle gefordert. Wir als Unternehmen haben in dieser Krise vieles unternommen, um die Mitarbeitenden zu schützen und zugleich unseren Auftrag als Grundversorger wahrzunehmen. Die Bell Food Group ist insgesamt bisher gut durch diese schwere Zeit gekommen – und dies dank Ihnen, geschätzte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Ihnen gebührt der Dank und ein grosses Lob für Ihren Einsatz, Ihre Unterstützung und Ihre Solidarität.

Nun steht die Weihnachtszeit vor der Türe, eine Zeit der Besinnung und eine Zeit, in der wir gerne auf das Erlebte zurückblicken. Auch in diesem Jahr sollen an den Festtagen die Familie und ein gutes Essen im Vordergrund stehen, und das trotz oder vielleicht sogar wegen Corona. Diese Zeit lassen wir uns nicht nehmen, und ich freue mich darauf, die Festtage im engsten Familienkreis zu verbringen.



Die Bell Food Group steht unter anderem für Genuss und Nachhaltigkeit – Werte, die wir auch in Zeiten der Pandemie leben konnten und nicht zuletzt in der anstehenden Weihnachtszeit zelebrieren möchten. Mit frischen und hochwertigen Lebensmitteln wollen wir das Festtagsmenü besser machen und Genussmomente schaffen.

Dass Genuss eine unserer Kernkompetenzen ist, konnten wir auch im vergangenen Jahr beweisen: Die «Gourmet-naturel-Steaks» als eines von vielen Beispielen und der «Serrano Reserva» von Bell Deutschland, aber auch der «Green Mountain Burger» und die «Pasta Traditionale» von Hilcona haben Auszeichnungen erhalten – Auszeichnungen, welche die Qualität und die Innovationskraft der Bell Food Group eindrucksvoll belegen.

Das sind gute Voraussetzungen für diese «neue Normalität», in der wir uns bewegen. Wir als Gruppe sind vorbereitet und werden unseren Werten treu bleiben und sie weiter pflegen. Ich bin voller Zuversicht, dass wir das gemeinsam schaffen werden.

Ihnen, geschätzte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, wünsche ich genussvolle Festtage. Ich freue mich darauf, das Kommende mit Ihnen in Angriff zu nehmen, und wünsche Ihnen und Ihren Familien alles Gute fürs neue Jahr, vor allem aber gute Gesundheit.

Lorenz Wyss
Vorsitzender der Gruppenleitung

Wir sorgen für mehr Lebensqualität.

Mit «TopX» strebt die Bell Food Group nach Exzellenz

Und jetzt alle zusammen!

Gemeinsam, fokussiert und fortlaufend: Mit dem Programm «TopX» schafft die Bell Food Group eine Basis für den gemeinsamen Weg an die Spitze. Im Fokus steht dabei der Wille, sich kontinuierlich zu verbessern – und dabei kommt es auf den Beitrag eines jeden Einzelnen an. Im September haben die ersten Standorte mit der Einführung begonnen. Jetzt wird das Programm sukzessive auf alle Produktionsbetriebe ausgeweitet.

«Wir brauchen die ganze Truppe, jeden Spieler des Teams, wenn wir erfolgreich sein wollen», sagte einst der spanische Fussballtrainer Pep Guardiola. Gemeinsam und mit gebündelten Kräften lassen sich Ziele besser erreichen. Das gilt auch für die Bell Food Group. Mit «TopX» legt sie nun einen wichtigen Grundstein für den ge-

Zunächst werden Verbesserungspotenziale identifiziert.



«Schon mit den bisherigen Optimierungsprogrammen durften wir zahlreiche Erfolge feiern. Jetzt schlagen wir das nächste Kapitel auf: Mit dem Entscheid, die verschiedenen Optimierungsprogramme abzulösen, hat die Gruppenleitung die Grundlage geschaffen, um mit «TopX» ein einheitliches Programm für die gesamte Bell Food Group einzuführen. Im Juni 2020 startete die Vorbereitungsphase. Ich bin überzeugt, dass wir damit einen weiteren Schritt auf dem gemeinsamen Weg an die Spitze machen können und wünsche allen Beteiligten viel Erfolg und Freude bei der Umsetzung.»

Lorenz Wyss, Vorsitzender der Gruppenleitung

meinsamen Weg an die Spitze und führt damit ein Programm ein, um Prozesse gruppenweit einheitlich und effizient zu verbessern. «Top» steht dabei für die Ambition, an die Spitze zu gelangen, und «X» für das Streben nach Exzellenz.

«Wir sind in den vergangenen Jahren stark gewachsen und haben uns vom Schweizer Fleischverarbeiter zu einem der führenden Hersteller von Fleisch- und Convenience-Produkten in Europa weiterentwickelt», erklärt Philipp Allemann, Leiter Produktion und Beschaffung bei Bell Schweiz. «Jede Unternehmung hat dabei ihre eigene Identität, Arbeitsweise und Geschichte mit in die Bell Food Group eingebracht. Jetzt ist es an der Zeit, einheitliche Prozesse zu schaffen, um uns erfolgreich für die Zukunft aufzustellen.»

Zum Start des Programms zur Prozessoptimierung werden an jedem Standort zunächst Verbesserungspotenziale identifiziert. Dabei kann es beispielsweise um die effektive Nutzung von Rohstoffen, um die Verhinderung von Ausfallzeiten der Maschinen oder um die Beschleunigung von Durchlaufzeiten von Produkten gehen. Natürlich knüpft «TopX» dabei an die Erfolge von bestehenden Optimierungsprogrammen in den Divisionen an.

Das Unendlichkeitszeichen steht für den «TopX»-Mechanismus und damit auch für den Prozess, den jeder Produktionsbetrieb im Rahmen von «TopX» durchläuft.



Im Zentrum stehen die Stabilisierung und die kontinuierliche Verbesserung sowie auch die Verzahnung von Struktur, Prozessen und dem Beitrag eines jeden Einzelnen.

Betrachtet werden zunächst immer fünf strategische Treiber: Best in Class im Kernprozess, Lieferfähigkeit, Profitabilität, Personalentwicklung sowie Infrastruktur und Automation. Aus den Analysen dieser Faktoren lassen sich Handlungsfelder ableiten und Ziele für die Zukunft festlegen. Diese können von Standort zu Standort sehr verschieden sein – je nachdem, wo sich Möglichkeiten und Notwendigkeit zur Optimierung auftun.

Im ersten Schritt steht die Stabilisierung der Prozesse im Fokus.

Von den Veränderungen, die durch diesen Prozess entstehen, profitieren alle Beteiligten. Denn indem sich die Abläufe in den Werken stabilisieren, wird auch der Arbeitsalltag ruhiger, und der Stress für die Mitarbeitenden reduziert sich.

«Wir stossen damit einen permanenten Optimierungsprozess an, in den alle Beschäftigten in der Produktion involviert sein werden», berichtet Alexander Duss, Leiter des «TopX»-Programms. «Jeder ist aufgefordert, seine Ideen einzubringen und dazu beizutragen, dass wir in der gesamten Bell Food Group eine Kultur entwickeln, in der alle nach stetiger Verbesserung streben.»

Das System ist so aufgebaut, dass im ersten Schritt immer die Stabilisierung der Prozesse im Fokus steht. Das heisst, dass die Zuverlässigkeit erhöht und Schwankungen reduziert werden. Dabei überprüfen die Verantwortlichen beispielweise Prozessabläufe und hinterfragen Wartungsintervalle von Maschinen. Erst auf dieser stabilisierten Basis sind dann nachhaltige Verbesserungen möglich.

Wichtig ist dabei auch, dass die Optimierungen gemessen werden können. Dafür überprüfen die Beteiligten unter anderem die Kennzahlensysteme und die Besprechungsstruktur.



«Meine Erwartungen sind, dass wir mit «TopX» eine systematische, nachhaltige und einheitliche Bell-Food-Group-«Lean Philosophie» entwickeln und leben. Verbesserungspotenziale sehe ich grundsätzlich in jedem Prozess und Bereich. Durch ein auf das Werk angepasstes Shopfloor-Management richten wir den Fokus auf das «Geschehen an der Basis», und alle Hügli-Mitarbeitenden sollen ihren Beitrag zur kontinuierlichen Verbesserung leisten können. Unter anderem werden wir dazu auch ein einheitliches Vorschlagswesen etablieren.»

Patrik Keller, «TopX»-Koordinator bei der Division Hügli



«Wir freuen uns darauf, unsere bewährte und erfolgreiche LEAN@Hilcona-Philosophie mit «TopX» mit grosser Kraft weiterzuentwickeln und sie somit auf die nächsthöhere Stufe zu bringen. Dafür definieren wir im «TopX»-Kern-

team die Grundlagen und nehmen das Beste aus allen Divisionen in die einzelnen Themenfelder auf. Dies ist sehr effizient, weil so das Know-how aus der Bell Food Group gebündelt wird. Eine Philosophie lebt bekanntlich immer von den Menschen, die sie gestalten. Uns ist wichtig, dass sich jeder einzelne Mitarbeiter darin wiederfindet und wir so das Potenzial unserer LEAN-Philosophie nutzen können.»

Andreas Benz, «TopX»-Koordinator bei der Division Hilcona

Drei Fragen an Sebastian Klose, Werksleiter bei Hügli in Radolfzell



Verantwortlichen in der Produktion – zu einem Workshoptag eingeladen. Da die sonst üblichen regelmässigen Inforeveranstaltungen aktuell nur eingeschränkt möglich sind, behelfen wir uns für die weitere Kommunikation mit Aushängen und Beiträgen im Intranet.

«Ich hoffe, «TopX» hilft uns, uns in der Gruppe enger zu verzahnen.»

Wie haben Sie sich in Radolfzell auf «TopX» vorbereitet? Wir freuen uns sehr, dass wir zu den Pilotbetrieben gehören durften. Wir hatten gerade vorher ein Optimierungsprogramm abgeschlossen und damit schon die ideale Grundlage geschaffen, auf der wir nun mit «TopX» aufbauen können.

Wie informieren Sie die Mitarbeitenden über das neue Prozessoptimierungsprogramm? Zum Kick-off im Oktober haben wir die Beteiligten – von der Führungskraft bis zu den

Was erwarten Sie von «TopX» für ihren Betrieb? Da wir ja noch nicht so lange zur Bell Food Group gehören, hoffe ich, dass uns das Programm hilft, uns innerhalb der Gruppe noch enger zu verzahnen und mehr voneinander zu lernen. Verbesserungspotenzial sehe ich in Radolfzell unter anderem bei der Verfügbarkeit unserer Anlagen sowie bei der Personalentwicklung, so beispielsweise bei der Unterstützung der Schichtführer in der Produktion.



«Durch die bisher gemachten Erfahrungen wissen wir, dass es uns einen riesigen Schritt nach vorne bringt, wenn wir alle an einem Strang ziehen und an den gleichen Zielen arbeiten. Eine klare und transparente Kommunikation mit unseren Mitarbeitenden wird uns helfen, jeden oder jede da abzuholen, wo er oder sie gerade steht, und auf diese Reise mitzunehmen. Auch mich persönlich animiert das Programm dazu, offen für Veränderungen zu sein und mich bewusst mit in diesen Prozess einzubringen.»

Marc Spanuth, «TopX»-Koordinator bei der Division Bell Deutschland

entstandene Optimierungsmethoden demnächst einfacher zwischen den Standorten geteilt werden. Das gilt unter anderem auch in Bereichen wie der Digitalisierung oder der Entwicklung von Führungskräften.

«Wir können uns jetzt noch besser austauschen und Erfahrungen übertragen.»

«Wir stellen zwar in den Betrieben zum Teil sehr unterschiedliche Produkte her. Die Abläufe in der Produktion wie auch die wiederkehrenden Herausforde-

rungen sind aber häufig ähnlich», sagt Volker Baltes, Leiter des Geschäftsbereichs Convenience bei der Bell Food Group. «Durch die gemeinsame Denk- und Arbeitsweise können wir uns jetzt besser austauschen und Erfahrungen von Standort zu Standort übertragen.»

Für die Einführung des Optimierungsprogramms wird die Bell Food Group neben dem übergeordneten Leiter Alexander Duss pro Division einen Top-Exzellenz-Koordinator benennen. Zudem wird es in jedem Herstel-



«Die Vorfreude auf die Umsetzung von «TopX» ist bei allen involvierten Personen regelrecht spürbar. Persönlich erhoffe ich mir, dass wir durch den direkten Einbezug aller Mitarbeitenden Schwachstellen einfacher finden und

Verbesserungen nachhaltiger umsetzen können. Wir starten am Standort Charcuterie Basel. Unseren Workshop zur Einstimmung haben wir bei unseren Kollegen am Bell Standort in Oensingen durchgeführt, die als erste Tester «TopX» bereits eingeführt haben.»

Robert Flack, Leiter Produktion Charcuterie bei Bell Schweiz

lungsbetrieb Top-Exzellenz-Experten geben, die die Umsetzung des neuen Systems vor Ort vorantreiben.

Darüber hinaus ist auch für externe Unterstützung gesorgt: Mit dem Dienstleister ROI-Efeso unter der Leitung von Sebastian Diers hat die Bell Food Group einen erfahrenen Partner an ihrer Seite.

Im Oktober haben die ersten fünf Standorte mit «TopX» begonnen – mindestens ein Pilotbetrieb pro Geschäftsbereich. Bis Ende des Jahres 2021 sollen alle Betriebe mit mehr als 50 Mitarbeitenden in die erste Etappe gestartet sein. Der Fahrplan für die kleineren Werke wird demnächst entstehen.

Und so machen sich die Produktionsbetriebe der Bell Food Group in ganz Europa gemeinsam auf den Weg an die Spitze. Mit dem Willen zu stetiger Verbesserung und dem Mut, Veränderungen anzustossen. • *mr*



Hilcona präsentiert den ersten veganen Fleischkäse zum Aufbacken

Der erste seiner Art

Seit Ende September 2020 ist die neuste Innovation des Hilcona-Start-ups The Green Mountain auf dem Markt: der erste aufbackbare, rein pflanzliche Fleischkäse. Er basiert auf Rapsöl und Erbsenproteinen und ist nach dem Green Mountain Burger die zweite vegane Neuheit des Start-ups, die sowohl in der Schweiz entwickelt wie auch produziert wurde.



Der vegane Fleischkäse ist die zweite Innovation des Start-ups The Green Mountain.

Er sieht aus wie Fleischkäse, schmeckt wie Fleischkäse und enthält dennoch kein Gramm Fleisch. Mit der neuen Fleischkäsealternative präsentiert The Green Mountain eine weitere pflanzenbasierte Innovation. Im vergangenen Jahr lancierte das Start-up der Hilcona bereits den fleischlosen Green Mountain Burger – den ersten in der Schweiz entwickelten und hergestellten veganen Burger.

Weniger Kalorien, viel Genuss

Die Fleischkäsealternative besteht aus hochwertigen Zutaten: Rapsöl sorgt für eine saftige Textur und Erbsenproteine wirken auf natürliche Weise verbindend. Mit 139 kcal pro 100 Gramm ist sie kalorienärmer als herkömmlicher Fleischkäse. Und das, ohne Abstriche beim Genuss zu machen. Egal ob als Snack für unterwegs, für die Kreation neuer fleischloser Menüs in der Gastronomie oder für entspannte Kochsessions zu Hause. Diese Fleischkäsealternative kann kalt oder warm genossen werden.

Schweizer Entwicklung und Neuheit

«Wir haben bei der Entwicklung dieser Premiere grossen Wert auf die sorgfältige Auswahl von Zutaten mit möglichst kurzen Transportwegen gelegt», erklärt Werner Ott, Leiter

des Start-ups The Green Mountain. «Ebenso entscheidend für die einzigartige Rezeptur ist unser erfahrenes Team mit der Lebensmitteltechnologin Julia Sackers und den innovativen jungen Köchen. Mit viel Leidenschaft für pflanzenbasierte Produkte haben sie bereits vor einem Jahr den Green Mountain Burger erfolgreich entwickelt.»

Ernährung auf pflanzlicher Basis

Die Neuheit ist nicht nur eine genussvolle pflanzenbasierte Alternative für Menschen, die sich regelmässig ohne Fleisch ernähren möchten, ohne auf den Geschmack von Fleisch verzichten zu müssen, sondern überzeugt auch durch seine Zutaten: Der pflanzenbasierte Fleischkäse wird ohne glutenhaltige Zutaten produziert, enthält wertvolles Vitamin B12 und ist arm an gesättigten Fettsäuren.

Eine Innovation nach der andern

«Der vegetarische Trend in der Gesellschaft hat uns angespornt, weitere Produkte zu entwickeln», erklärt Werner Ott. Zeitgleich zur veganen Fleischkäsealternative gibt es neu auch pflanzenbasiertes «Ghackets» von The Green Mountain. «Dabei bleiben wir unserem Anspruch, möglichst viele Zutaten aus der Schweiz oder den umliegenden Ländern zu beziehen, treu.» • sh



Green-Mountain-Burger wird Kassensturz-Testsieger

Der klare Sieger

Der Green-Mountain-Burger hat die Konkurrenz hinter sich stehen lassen: Beim Test des Schweizer Konsumentenmagazins ging der pflanzenbasierte Burger als Testsieger hervor.

Gute Qualität setzt sich durch. Das hat der pflanzenbasierte Green-Mountain-Burger des Hilcona-Start-ups The Green Mountain bewiesen.

Im Vergleichstest des Schweizer Konsumentenmagazins Kassensturz behauptete sich der Burger auch klar gegen internationale Konkurrenten und wurde zum Testsieger erklärt. Er überzeugte nicht nur, was Geschmack und Konsistenz angeht, sondern auch hinsichtlich seiner Ähnlichkeit zu Fleisch, die mit 5.3 von 6 möglichen Punkten bewertet wurde.

Hilcona setzt auf plant-based Innovationen

Der Green-Mountain-Burger ist nicht das einzige Ass im Ärmel. Um die steigende Nachfrage nach pflanzenbasierten Produkten zu befriedigen, hat Hilcona das Angebot in den vergangenen Jahren mit mehr als 100 verschiedenen Produkten weiter ausgebaut: von Tofu aus Schweizer Bio-Soja über Falafel, Gemüseschnitzel und Hummus bis zu Fleischalternativen wie Burger, Tatar und Hackfleisch. • sh



Bell BBQ Single Masters Home Edition 2020

BURGER CHALLENGE 2020

Am 5. September ging das grösste digitale Grillspektakel, das die Schweiz je gesehen hat, über die Bühne: die Burger Challenge 2020, die Home Edition der diesjährigen Bell BBQ Masters – und sie war ein voller Erfolg! *sh*

Die Idee

Wie so viele Events in diesem Jahr konnten auch die Bell BBQ Single Masters nicht in ihrer gewohnten Form durchgeführt werden. Mit der Burger Challenge 2020 wurde allerdings ein mehr als würdiger Ersatz gefunden.

Die Qualifikation

Wer teilnehmen wollte, reichte online unter www.burgerchallenge2020.ch seine schönste Burgerkreation ein. Insgesamt 740 Grilleure schickten schliesslich ein Foto ein – eine beachtliche Zahl. 40 schafften dann den Sprung ins Finale – über Likes, das Jury-Urteil der Swiss Barbecue Association und über Wildcards von Partner-radiosendern, die eigene Burger Challenges durchführten. Am 5. September fand schliesslich das Finale statt – und wurde als erster Grillwettkampf in der Schweiz als Livestream übertragen. Während mehr als sechs Stunden erreichte er rund 25 000 Zuschauer.

Das Finale

In die letzte Finalrunde schafften es schliesslich acht Grilleure. Und die letzte Aufgabe hatte es in sich: ein «Surf 'n' Turf»-Burger, die legendäre Verbindung zwischen Beef und Lobster.

Der Sieger

Diese Königsaufgabe meisterte Linard Lüchinger von allen am besten; mit ruhiger Hand schuf er einen Burger, der nicht nur atemberaubend aussah, sondern auch so gut schmeckte, dass der gelernte Koch letztlich als grosser Sieger auf dem Podest stand und den Check über CHF 5000.– in Händen hielt.

Während mehr als sechs Stunden verfolgten rund 25 000 Zuschauer den Livestream des Finaltages.

Surf 'n' Turf: der Siegerburger von Linard Lüchinger

#burgerchallenge2020
#bellburgerchallenge



Hilcona und Bell belegen Spitzenplätze bei «Best Recruiters»-Studie

BEIM RECRUITING DIE NASE VORN

Bei der Suche nach neuen Mitarbeitenden haben Hilcona und Bell dem Wettbewerb einiges voraus. Das ergab die aktuelle «Best Recruiters»-Studie, bei der sie Platz eins und zwei in ihrer Branche erreichten. Die Studie, deren Ergebnisse auf wissenschaftlichen Kriterien beruhen, ist die grösste ihrer Art im deutschsprachigen Raum.

Zwar gab es in diesem Jahr statt des sonst üblichen feierlichen Events zu Ehren der Bestplatzierten der «Best Recruiters»-Studie nur eine Onlinerverleihung. Aber die Freude der HR-Verantwortlichen bei Hilcona und Bell über ihr gutes Abschneiden konnte das digitale Format nicht trüben.

«Die Auszeichnung freut uns natürlich sehr, und der wiederholte erste Platz im Branchenranking beweist uns, dass wir im Rekrutierungsprozess einiges richtig machen», sagt Birgit Schmidinger, Leiterin Human Resources bei Hilcona

Hilcona, und Johannes Meister, Leiter HR Bell Schweiz ergänzt: «Dass wir uns im Branchenvergleich nach Rang acht im Vorjahr jetzt an zweiter Stelle wiederfinden, ist beachtlich und zeigt, dass wir die Verbesserungsvorschläge aus der letztjährigen Studie sehr gut umgesetzt haben.»

Auch im Gesamtranking erreichten beide Arbeitgeber hervorragende Ergebnisse: Hilcona belegte unter den 408 getesteten Unternehmen aus der Schweiz und Liechtenstein den 22., Bell den 38. Platz. Bell machte damit einen deutlichen Sprung nach vorne: Das Unternehmen hatte im Vorjahr noch auf Platz 176 im Gesamtvergleich gelegen.

Das Studieninstitut betrachtet für die Auswertung die drei Säulen «Online-Recruiting-Präsenz», «Onlinestellenanzeigen» und «Bewerberresonanz». Sein Kriterienkatalog, der in diesem Jahr über 240 Einzelaspekte umfasste, entsteht in enger Zusammenarbeit mit dem wissenschaftlichen Beirat und wird jährlich den aktuellen Anforderungen angepasst.



Birgit Schmidinger,
Leiterin Human
Resources bei Hilcona

Johannes Meister,
Leiter HR
Bell Schweiz



Für den Test der «Bewerberresonanz», die als Kernstück der Studie gilt, schlüpfen die Studienleiter sogar in die Rolle von «Mystery-Jobbern» und verschicken fiktive Bewerbungsschreiben an die Unternehmen. Analysiert wird dann sowohl die Dauer bis zur Rückmeldung als auch deren Inhalt.

Zusätzlich haben «echte» Bewerber im Rahmen der Studie die Möglichkeit, ihre persönlichen Erfahrungen mit einem Unternehmen in einem Fragebogen festzuhalten. Die Ergebnisse

«Mystery-Jobber» testen die Rückmeldungen der Unternehmen.

werden den Unternehmen zur Verfügung gestellt, fliessen aber aufgrund der Subjektivität nicht in die Punktwertung mit ein.

«Wir haben uns in allen drei betrachteten Bereichen deutlich

verbessern können», berichtet Johannes Meister. «Bei Säule drei sind wir sogar von Platz sieben auf den Spitzenplatz aufgestiegen. Dazu haben sicherlich Verbesserungen, beispielsweise bei den Antwortzeiten, beigetragen, die wir nach der letzten Studie eingeführt haben.»

Seit zehn Jahren prüft «Best Recruiters» alljährlich die Bewerbungsverfahren der grössten Arbeitgeber im deutschsprachigen Raum auf Herz und Nieren. Daraus leitet das Institut hilfreiche Tipps und Optimierungsstrategien

ab und unterstützt so die getesteten Unternehmen dabei, sich in Sachen Recruiting noch erfolgreicher aufzustellen und Bewerbern eine verbesserte «Candidate Journey» zu bieten.

Für Bell ist jetzt schon klar: Im nächsten Jahr möchte sie bei der «Best Recruiters»-Studie mindestens wieder dasselbe Ergebnis erzielen. Und auch Hilcona wird sich nicht auf seinen Lorbeeren ausruhen. «Es gibt immer etwas, das man noch besser machen kann», weiss Birgit Schmidinger. «So haben wir beim Thema Social Media sicherlich noch Luft nach

Auch im Gesamtranking erreichten beide Arbeitgeber Topergebnisse.

oben. Ob Aktivitäten in diesem Bereich den Bewerbern und uns als Arbeitgeber aber tatsächlich einen Mehrwert bieten, werden wir gut abwägen.» • mr



Soja Netzwerk Schweiz feiert Zehn-Jahr-Jubiläum

Gemeinsam für nachhaltige Soja

Seit zehn Jahren setzt sich das Soja Netzwerk Schweiz für den verantwortungsbewussten Anbau von Futtersoja ein. Die Vorgabe von Nachhaltigkeitsstandards hat ein Umdenken in der Sojabranche eingeleitet. Als eines der aktuell 29 Mitglieder des Zusammenschlusses engagiert sich auch Bell Schweiz für die nachhaltige Beschaffung der begehrten Bohnen.

Das Netzwerk hebt den Sojaimport auf ein nachhaltigeres Niveau.

Für die Ernährung von Tieren – ebenso wie auch von Menschen – ist Eiweiss unverzichtbar. Ein hochwertiger Eiweisslieferant im Tierfutter ist Soja. Die Pflanze bietet hohe Erträge auf vergleichsweise kleinen Flächen und ist für Nutztiere sehr gut verträglich und verwertbar.

Der weltweit steigende Konsum von Fleisch, Eiern und Milchprodukten führt dazu, dass die Nachfrage nach Soja stetig steigt – und damit auch die negativen Auswirkungen auf die Umwelt in den grossen Anbauregionen, beispielsweise in Brasilien und Argentinien.

Das Soja Netzwerk Schweiz hat sich vor zehn Jahren zusammengeschlossen, um den Import der Futtersoja auf ein nachhaltigeres Niveau zu heben und so die Anbaubedingungen in den Ursprungsländern zu verbessern.

Zu den Anforderungen des Netzwerks gehört dabei unter anderem die GVO-Freiheit der Soja, dass für die Felder keine Primärwaldflächen und artenreichen Lebensräume gerodet wurden oder dass der Einsatz von potenziell schädlichen Pflanzenschutzmitteln reduziert wird. Sein Ziel, mindestens 90 Prozent des gesamten Sojaimports für die Schweiz aus verantwortungsbewusstem Anbau zu beziehen, hat der Zusammenschluss dabei inzwischen bereits überschritten.

Für die Futtermischungen, die in der integrierten Geflügelproduktion zum Einsatz kommen, hat auch Bell in der Schweiz direkten Bedarf an hochwertiger und nachhaltig angebaute Soja.

«Über Coop, Gründungsmitglied des Vereins und eine der treibenden Kräfte im Einsatz für den verantwortungsvollen Bezug von Futtersoja, sind wir schon seit Jahren in die Arbeit des Soja Netzwerks Schweiz eingebunden», berichtet Basil Mörkofer, Projektleiter Nachhaltigkeit bei Bell Schweiz. «Vor drei Jahren sind wir dann selbst beigetreten und können uns seither noch aktiver beteiligen.»

Was im Schulterchluss der Mitglieder aus der gesamten Wertschöpfungskette im vergangenen Jahrzehnt in Brasilien bereits erreicht wurde, zeigt eine aktuelle Studie der Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften, die das Netzwerk anlässlich seines Jubiläums im Juli präsentierte.

Die Untersuchung bestätigt, dass die vom Soja Netzwerk Schweiz unterstützten Nachhaltigkeitsstandards eine positive Wirkung erzielen. So stammen die Schweizer Sojaimporte aus dem brasilianischen Cerrado-Gebiet von abholzungsfreien Flächen, und es wurden keine problematischen Arbeitsbedingungen oder Konflikte mit lokalen Gemeinschaften festgestellt.

Ein weiterer Erfolg des Vereins: In den vergangenen Jahren wurde die Sojabeschaffung zunehmend auf Anbaugelände in Europa ausgerichtet. Rund die Hälfte der benötigten Menge für die Schweiz stammt so inzwischen

aus europäischer Produktion, vielfach aus der Donauregion.

Europäische Soja ist bei Bell unter anderem eine wichtige Grundlage bei der Aufzucht von Bio- und Freilandpoulets, deren Futtermischungen ausschliesslich Soja vom heimischen Kontinent enthalten.

«Natürlich sind wir von Bell Schweiz weltweit betrachtet nur ein kleiner Player und können so auch nur einen geringen Beitrag zum Schutz der Anbaugelände in Südamerika leisten», sagt Basil Mörkofer. «Aber mit den Nachhaltigkeitsstandards für die brasilianischen Produzenten und einem wachsenden Anteil an verantwortungsvoll angebaute europäischer Soja können wir zumindest ein wenig Druck vom Regenwald nehmen.»

Die Schweiz insgesamt ist mit einem Anteil von 0,1 Prozent nur ein kleiner Abnehmer im weltweiten Sojemarkt. Nichtsdestotrotz erfüllt sie mit ihrem Engagement eine Vorbildfunktion. So haben Länder wie die Niederlande, Deutschland oder Schweden bereits ähnliche Initiativen oder Zielsetzungen wie die Schweiz ins Leben gerufen. • mr



Das Schweizer Engagement hat Vorbildfunktion für andere Länder.

Die DNA der Bell Food Group in Frankreich

Ein Schmuckstück in der Auvergne

Le Saloir de Mirabel (Schinkentrocknerei Mirabel) war Ausgangspunkt der Expansion der Bell Food Group in Frankreich. Heute wird hier Auvergner Rohschinken g.g.A. von höchster Qualität produziert. Und das Führungsteam des Unternehmens strebt für die Zukunft an, die Spitzenqualität der Schinken von der iberischen Halbinsel und aus Parma zu erreichen.

Wir befinden uns am Fusse des Vulkan-Nationalparks Auvergne. Der Bach Mirabel, der neben der Fabrik verläuft und ihr den Namen gab, entspringt dort oben. «Ein wirkliches Schmuckstück inmitten grüner Natur», lautet die Beschreibung von Julien Brionnet, technischer Leiter von Bell France, für den die Schinkentrocknerei Saloir de Mirabel wie ein zweites Zuhause ist.

«Hier haben wir unsere ganze Erfahrung und unser Know-how erworben.»

Er begann dort im Jahr 2000 als Mitarbeiter in der Trockenwurstproduktion. Die in der Gemeinde Riom gelegene Fabrik gehörte ab 1974 zu Salaison Polette, bevor die Bell Food Group das Unternehmen 2008 übernommen hat: «Es handelt sich also um die historische Produktionsstätte und damit die DNA der Bell Food Group in Frankreich. Hier hat alles seinen Anfang genommen. Hier haben wir all unsere Erfahrung und unser Know-how zunächst im Bereich Trockenwurst und dann im Bereich des Auvergner Rohschinkens erworben. Am Anfang wurden die Würste auf Holzstangen getrocknet, die Luftstromregelung war nicht so modern wie heute, und es gab viel Handarbeit. Es gab natürlich Fehler und Probleme, die behoben werden mussten, aber so konnten wir uns ständig verbessern.»

Im Jahr 2003 wurde im ca. zehn Kilometer entfernten Ort Teilhède eine neue Fabrik errichtet. Und Julien Brionnet wurde die Verantwortung für den Aufbau der Produktion

von Auvergner Rohschinken übertragen. «Wir wussten anfangs nicht, wie wir das anstellen sollten. Doch man vertraute uns und liess uns völlig freie Hand.» Dann wurde Rodolphe Zou, damals 22 Jahre alt, eingestellt. Er erinnert sich: «Die fünf Trocknungsräume waren leer, und wir waren zu dritt. Wir bauten die Produktionslinien nach und nach auf, passten sie nach Bedarf an und fügten Maschinen hinzu, wenn dies nötig war. So wurde die Firma schrittweise weiterentwickelt.»

Auf dem Weg zu Spitzenqualität

Am Anfang produzierte Mirabel nur Rohschinken ohne Appellation. Heute wird hier ausschliesslich Auvergner Rohschinken mit g.g.A.-Auszeichnung hergestellt, der strengste Spezifikationen erfüllt. «Wir arbeiten Tag und Nacht», kommentiert Julien Brionnet. «Wir entwickeln ein einheimisches, französisches Produkt, das dank dem Vertriebsnetz der Bell Food Group in Deutschland und sogar in Asien vermarktet wird. Dies ist ein klares Zeichen der Anerkennung, das uns zu weiteren Verbesserungen antreibt. Wir wollen Spitzenqualität erreichen!»

Derzeit arbeiten zehn Personen auf dem 3000 m² grossen Gelände unter der Führung von Rodolphe Zou, der seit 2015 Produktionsleiter ist. Jede Woche kommen 1600 Schinken in die Fabrik und verbleiben dort für mindestens 240 Tage; während dieser Zeit werden sie gesalzen (unter Zugabe von trockenem Knoblauch, was

die Besonderheit des Auvergner Rohschinkens g.g.A. ausmacht), gereift, gedämpft, getrocknet, eingeschmalzt und anschliessend veredelt.

Von den 450 Tonnen Auvergner Schinken g.g.A., die jährlich bei Saloir de Mirabel hergestellt werden, stammen 95% von Schweinen aus der Region: «Wir hätten in Europa einkaufen können», erklärt Julien Brionnet, «aber wir haben uns bewusst für regionales Sourcing entschieden, auch wenn die Auswahl unserer Lieferanten unter Beachtung der Qualitätsstandards der Bell Food Group, der Rückverfolgbarkeit, der Transparenz und des Personalmanagements nicht leicht war.»

Das Powerduo hat gerade die energetische Optimierung der Produktionsstätte mit der Installation von Wärmepumpen und mit Energierückgewinnung abgeschlossen: «Wir verbrauchen keine fossilen Brennstoffe mehr, und wir produzieren kein CO₂ mehr.» Es arbeitet auch an der Herstellung eines Auvergne-Rohschinkens g.g.A. ganz ohne Konservierungsstoffe und mit längerer Reifezeit, um die Qualität von Parmaschinken und iberischem Schinken zu erreichen. «Morgen schon haben wir nur noch Qualitätsfleisch, Salz, Knoblauch und Luft. Sonst nichts!»

Die Entwicklung und die Qualität der Produkte aus dem Saloir de Mirabel wurden 2017 beim Concours Général Agricole in Paris mit einer Medaille ausgezeichnet. Die Krönung einer positiven Entwicklung: «Wir betrachten uns ein wenig als das Nano-Unternehmen der Bell Food Group. Das Einzige, was uns zum Verlassen des Saloir de Mirabel zwingen könnte, wäre, wenn der Platz nicht mehr ausreichen würde, um die Kundennachfrage befriedigen zu können.» • gm



«Wir betrachten uns als das Nano-Unternehmen der Bell Food Group.»

Bell France

Die Bell Food Group trat 2008 mit der Übernahme von Salaison Polette, einem 1974 von Marius Polette gegründeten Unternehmen, in den französischen Markt ein. Neben der historischen Produktionsstätte in Mirabel hatte Polettes Sohn Philippe fünf weitere Fabriken in der Auvergne, in Savoyen und in der Region Lyon gebaut oder gekauft.



Die Freude am guten Genuss

Innehalten und geniessen

Geniessen ist keine Selbstverständlichkeit, sondern ein bewusstes Innehalten und Wahrnehmen. In einer schnelllebigen Welt, in der Müsiggang oft mit Faulheit gleichgesetzt wird, ist das schwieriger denn je. Wie schafft man es also, den Genuss wieder richtig zu zelebrieren?

Guter Genuss hinterlässt einen bleibenden Eindruck

«Kein Genuss ist vorübergehend, denn der Eindruck, den er hinterlässt, ist bleibend», hielt Johann Wolfgang von Goethe in einem seiner Werke weise fest. Was Goethe damals sagte, als er den Genuss guter Speisen beschrieb, gilt heute noch genauso wie damals.

Ein gutes Gericht bleibt in Erinnerung, denn unsere Zunge vergisst nicht. Der Geschmack ist unser zweites Gedächtnis.

Genuss kommt nicht einfach von selbst

Genuss scheint also eine natürliche Reaktion des Menschen zu sein. Wenn uns etwas gefällt oder schmeckt oder wenn wir einfach Freude daran haben, geniessen wir es instinktiv. Forschungen zum Thema Genuss zeichnen allerdings ein anderes Bild.

Laut einer Studie des deutschen Marktforschungs- und Beratungsinstituts Rheingold sagten 46% der befragten Personen, dass es ihnen angesichts von Stress im Alltag und des Gefühls ständiger Erreichbarkeit immer weniger gelingt, etwas zu geniessen. Eine Studie vom Institut für Genussforschung in Nürnberg aus dem Jahr 2000 stellte gar fest, dass sich gerade mal 54% der Menschen in Deutschland überhaupt für genussfähig halten. Woher also kommt diese «Genuss-Verdrossenheit»?

Genuss als Tugend oder Sünde?

Mit der Frage des Genusses beschäftigten sich schon die Gelehrten in der Antike. Vertreter der philosophischen Strömung des «Hedonismus» verfolgten beispielsweise bereits 400 vor Christus das Ziel, auf ihrem Lebensweg so viel Freude wie möglich zu empfinden, Genuss zu frönen, Vergnügen zu erlangen und dadurch möglichst wenig Leid und Schmerz zu haben. Der bewusste Genuss galt als höchst erstrebenswert.

Spätestens mit der Verbreitung des Calvinismus um 1533 geriet der Genuss allerdings wieder in Verruf. Gemäss der calvinistischen Arbeitsethik gelten Arbeit und Fleiss als zentrale Tugenden, alle Formen von Luxus hingegen – auch der Genuss – als sündhaft. Es hiess, wer innehalte und geniesse, der arbeite nicht, sei also unproduktiv und faul. Das Potenzial, das Genuss als positive Ressource für unseren Alltag bereithält, wurde ihm abgesprochen.



In einer schnelllebigen Welt werden Genussmomente wie der morgendliche Kaffee rasch zur Routine – und das bewusste Innehalten und Geniessen bleibt auf der Strecke.

Diese Einstellung scheint sich bis heute gehalten zu haben.

Geniessen ist gesund

Genussforscher wie der deutsche Psychologe Dr. Rainer Lutz versuchen, hier Gegensteuer zu geben. Für ihn ist Genuss elementarer Bestandteil der Selbstfürsorge, der zur seelischen Balance beiträgt. Bewusste Momente des Geniessens helfen uns, uns vor dem Stress im Alltag zu schützen. Wer dem Genuss also keine oder nur wenig Bedeutung beimisst, verschenkt jeden Tag viele Momente des Glücks und der Lebensfreude.

Inzwischen gibt es dazu auch zahllose Forschungsergebnisse, wonach genussreiche Erlebnisse beruhigende und angstlösende Effekte im Körper auslösen. Genussmomente können sogar das Immunsystem positiv beeinflussen. Das haben Studien amerikanischer Wissenschaftler bereits in den 1990er-Jahren belegt.

Geniessen will gelernt sein

Um richtiges Geniessen wieder zu lernen, hat die Ernährungswissenschaftlerin Marlies Gruber in ihrem



Geniessen geht auch einfach: Ein gemeinsames Frühstück kann schon für einen genussvollen Start in den Tag sorgen.

Buch «Mut zum Genuss» einige Regeln aufgestellt: Allem voran braucht richtiger Genuss Zeit und sollte frei von «Schuldgefühlen» sein. Kleine Genussinseln im Tagesablauf, die man bewusst einbaut, sorgen für Ruhe, um sich dem Genuss widmen zu können. Geniessen geht also nicht einfach «nebenher», sondern braucht die ungeteilte Aufmerksamkeit. Dabei gilt aber auch das bekannte «weniger ist mehr». Genuss ist eine Frage der Qualität, nicht der

Geniessen ist ein elementarer Bestandteil der Selbstfürsorge.

Quantität. In einem Überangebot fällt es schwer, sich auf den Genuss einzulassen. Wer Genuss als wichtigen Teil des Alltags sehe und nicht erst nach besonderen Anlässen suche, um geniessen zu dürfen, könne Genuss zu einer «Gewohnheit», zu einem fixen Bestandteil des Alltags, machen. Das Wichtigste aber seien der Wille und die Zeit, um dafür überhaupt eine Basis zu schaffen. Alles andere seien Fertigkeiten, die man sich nach und nach aneignen könne.

Ein genussvolles Stück Lebensqualität

Genuss ist also weder etwas Aussergewöhnliches noch ein erlesener Luxus, den man sich nur selten gönnen darf, sondern ein erstrebenswerter Teil des Alltags, der sich positiv aufs eigene Wohlbefinden auswirkt und vor allem in stressigen Zeiten einen einfachen Ausgleich bietet.

Ganz im Sinne der gleichnamigen Unternehmensmission leistet die Bell Food Group einen wichtigen Beitrag, damit genau dieser alltägliche Genuss nicht zu kurz kommt: Hochwertige Standardprodukte sind ein verlässlicher Genussgarant in der Küche. Ausgesuchte Spezialitäten oder Neuentwicklungen sorgen im Gegenzug für kulinarische Abwechslung. Und dank frischen Convenience-Gerichten steht der Genuss auch bei knapp bemessener Zeit im Fokus, und sie können fürs Geniessen statt für die Zubereitung eingesetzt werden.

Genussmomente sind genau so zahlreich wie vielfältig möglich – ob kurz oder ausgedehnt, simpel oder aufwendig, alltäglich oder auserlesen. Eines haben sie aber alle gemeinsam: Sie bedeuten immer ein Stück Lebensqualität. Und das Leben ist schliesslich zu kurz, um auf gutes Essen zu verzichten. • sh

Mitarbeitende aus der Bell Food Group zum Thema «Genuss»

Mmmh, köstlich

Genuss und Kulinarik sind zentral, wenn es darum geht, hochwertige und geschmackvolle Lebensmittel herzustellen. Doch welche Bedeutung hat Genuss denn eigentlich im konkreten Arbeitsalltag? LOOK! hat sich bei den Mitarbeitenden aus der Bell Food Group umgehört.

«Genuss und Kulinarik sind nicht nur strategische Schlagworte, sondern leiten das Denken und Handeln des Unternehmens und der Mitarbeitenden. Bei der täglichen Arbeit darf man das nicht vergessen. Genuss steht schliesslich für Lebensfreude, Glückseligkeit und Bereicherung. Im Zusammenhang mit der Gestaltung von Verpackung ist Genuss ein elementarer Bestandteil. Ein Produkt kulinarisch ansprechend und mit viel Genussappeal abzubilden, ist ein wichtiges Verkaufsargument.»

Sarah Sutter
Brand Managerin bei Bell Schweiz, Basel



«Als echter Burgunder, der Essen und Trinken liebt und Menschen mit Genuss inspirieren will, ist es für mich eine Ehre, für dieses Unternehmen zu arbeiten. Ich fühle mich wie ein Fisch im Wasser und geniesse jeden Tag. Ich versuche jeden Tag, neue Aromen und Kombinationen zu entwickeln, sowohl klassische Ideen als auch progressive und geschmacklich nicht offensichtliche «Pairings».»

Jaap de Cock
Co-Lead Culinary Advisory Team bei Besc, Werkendam



«Vor 30 Jahren hätte ich nicht geglaubt, heute in einem «Industriebetrieb» tätig zu sein. Aber auch hier stehen Kreativität und Genuss an erster Stelle. Ich geniesse es, dass meine Arbeitskollegen mit derselben Begeisterung und Leidenschaft ans Werk gehen wie ich. Am meisten Freude habe ich, wenn ich eine Idee bis zum Schluss ideal umsetzen kann: Der Moment, wenn dein Gegenüber das Gericht probiert, der Blick suchend in die Ferne schweift – und auf einmal ist da dieses Lächeln. Der Moment, auf den ich gewartet habe.»

Michael Lock
Leiter Kulinarik Team Hilcona, Schaan



Jubiläen

LOOK! gratuliert den Jubilaren von Dezember 2020 bis Februar 2021

Bell Schweiz

20 Dienstjahre

Rosa Maria Alves Ribeiro Desousa, 1. Dezember, Bell Schweiz, Cheseaux
Didier Colmart, 1. Dezember, Bell Schweiz, Basel
Luis Sandro Guevara Rioja, 1. Dezember, Bell Schweiz, Basel
Patrick Hartung, 1. Dezember, Bell Schweiz, Oensingen
Gilles Zangger, 1. Dezember, Bell Schweiz, Basel
Jean Francois Cazal, 14. Dezember, Bell Schweiz, Basel
Philippe Hegy, 1. Januar, Bell Schweiz, Basel
Arnaldo Longa, 1. Januar, Bell Schweiz, Oensingen
Jean-Marc Noll, 1. Januar, Bell Schweiz, Basel
Daniel Von Euw, 1. Januar, Bell Schweiz, Zell
Dietmar Wölk, 1. Januar, Bell Schweiz, Oensingen
Maria Varone, 7. Januar, Bell Schweiz, Cheseaux
Rudolf Jäger, 8. Januar, Bell Schweiz, Zell
Daljit Singh, 15. Januar, Bell Schweiz, Basel
Frank Bechler, 1. Februar, Bell Schweiz, Basel
Mehmet Güneysu, 1. Februar, Bell Schweiz, Basel
Stojanco Atanasov, 12. Februar, Bell Schweiz, Oensingen
Sylviane Thomas, 12. Februar, Bell Schweiz, Basel
Mevlude Bilalli-Bajram, 18. Februar, Bell Schweiz, Oensingen
Safet Ukshini, 26. Februar, Bell Schweiz, Cheseaux

25 Dienstjahre

Walter Bieri, 1. Dezember, Bell Schweiz, Basel
Georges Pablo Césari, 1. Dezember, Bell Schweiz, Zell
Santhiramalar Gunaratnam, 1. Dezember, Bell Schweiz, Oensingen
Honoré Nussbaumer, 1. Dezember, Bell Schweiz, Basel
David Stadler, 4. Dezember, Bell Schweiz, Basel
David Makhlouf, 18. Dezember, Bell Schweiz, Basel
Thomas Letzkus, 1. Januar, Bell Schweiz, Basel
Joseph Magro, 1. Januar, Bell Schweiz, Basel
Christophe Pribiset, 1. Januar, Bell Schweiz, Basel
Philippe Bader, 2. Januar, Bell Schweiz, Basel
Daniel Aubry, 15. Januar, Bell Schweiz, Basel
Bertrand Gasser, 1. Februar, Bell Schweiz, Basel
Maria Carolina Moreira Ferreira, 1. Februar, Bell Schweiz, Cheseaux
Mirjana Atanasova, 25. Februar, Bell Schweiz, Oensingen

30 Dienstjahre

Jean-Pierre Schmit, 30. Januar, Bell Schweiz, Basel
Irma Ehret-Arnold, 1. Februar, Bell Schweiz, Basel
Christian Pfauwadel, 1. Februar, Bell Schweiz, Basel
Dominique Bonifas, 4. Februar, Bell Schweiz, Basel
Frédéric Eber, 11. Februar, Bell Schweiz, Basel

Pensionierungen

Renate Griner, 31. Oktober, Bell Schweiz, Basel (*Nachtrag*)
Peter Hochuli, 31. Dezember, Bell Schweiz, Oensingen

Frühpensionierungen

Georges Césari, 31. Dezember, Bell Schweiz, Zell
Max Fischer, 31. Dezember, Bell Schweiz, Oensingen
Luc Martin, 31. Dezember, Bell Schweiz, Basel
Jean-Paul Ott, 31. Dezember, Bell Schweiz, Basel
Daniel Schmid, 31. Dezember, Bell Schweiz, Oensingen
Patrick Steger, 31. Dezember, Bell Schweiz, Basel
Monika Wyss, 31. Dezember, Bell Schweiz, Basel
M'bark Amgoune, 31. Januar, Bell Schweiz, Oensingen
Bertrand Schmitt, 31. Januar, Bell Schweiz, Basel
Michel Missillier, 31. Januar, Bell Schweiz, Cheseaux
Annelies Schneider, 31. Januar, Bell Schweiz, Oensingen

Todesfall

Pedro Mendez, 26. August, Bell Schweiz, Basel

Bell International

20 Dienstjahre

Grigor Gheorghe, 19. Januar, Frisch Express GmbH, Pfaffstätt
Marie Jeanne Ainaudi, 5. Februar, Bell France, Saint-André-sur-Vieux-Jonc
Sarah Chevat, 5. Februar, Bell France, Saint-André-sur-Vieux-Jonc
Brigitte Prost, 5. Februar, Bell France, Saint-André-sur-Vieux-Jonc

30 Dienstjahre

Herbert Maier, 2. Januar, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt
Stefan Henke, 7. Januar, Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Seevetal
Nathalie Antoinet, 11. Februar, Bell France, Saint-André-sur-Vieux-Jonc

35 Dienstjahre

Heinz-Dieter Lünemann, 1. Dezember, Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Edewecht

Pensionierungen

Daniel Chalindard, 30. Juni, Bell France, Saint-Symphorien-sur-Coise (*Nachtrag*)
Christian Chalindard, 30. Juni, Bell France, Saint-Symphorien-sur-Coise (*Nachtrag*)
Christian Faure, 8. Oktober, Bell France, Virieu-le-Grand (*Nachtrag*)
Marie Jeanne Ainaudi, 31. Dezember, Bell France, Saint-André-sur-Vieux-Jonc
Andrejic Olivera, 31. Dezember, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt
Annie Tempion, 31. Dezember, Bell France, Saint-André-sur-Vieux-Jonc
Eda Staneikiene, 31. Januar, Süddeutsche Truthahn AG, Ampfing

Todesfall

Gilles Mermin, 15. Juli, Bell France, Saint-André-sur-Vieux-Jonc

Convenience

20 Dienstjahre

Roberto Bianchi, 1. November, Hügli Nahrungsmittel AG, Steinach (*Nachtrag*)
Eshete Demeke, 1. Dezember, Eisberg AG, Dällikon
Antonio Gaudio, 1. Dezember, Hilcona AG, Schaan
Valentina Emter, 11. Dezember, Hügli, Radolfzell
Selami Uygun, 18. Dezember, Hügli, Radolfzell
Islam Cakir, 27. Dezember, Hügli, Radolfzell
Anja Anke Eckstein, 1. Januar, Hügli, Radolfzell
Sieglinde Schallert, 1. Januar, Hilcona AG, Schaan
Verena Scholle, 1. Januar, HFC GmbH, Bad Wünnenberg
Günter Riesterer, 2. Januar, Hügli, Radolfzell
Sascha Velic, 2. Januar, Hügli, Radolfzell
Marijana Philipp, 8. Januar, Hügli, Radolfzell
Lina Buss, 15. Januar, Inter-Planing, Langenhaslach
Thomas Philipp, 15. Januar, Hügli, Radolfzell
Stephan Mock, 16. Januar, Hügli, Radolfzell
Gisela Bader, 1. Februar, Hügli, Radolfzell
Pierre Caivano, 1. Februar, Hügli, Radolfzell
Thomas Hölting, 1. Februar, HFC GmbH, Bad Wünnenberg
Buelent Oernek, 1. Februar, Hilcona AG, Schaan
Michael Kopp, 5. Februar, Hügli, Radolfzell
Biserka Maria Quintans, 12. Februar, Hilcona AG, Schaan
Jürgen Gehring, 14. Februar, Hügli, Radolfzell
Simone Gerometta, 19. Februar, Hügli, Radolfzell
Sanja Tanaskovic, 19. Februar, Hügli, Radolfzell

Aktuelle Jobangebote
finden Sie unter:
bellfoodgroup.com/karriere

25 Dienstjahre

Manuela Rauter, 1. Dezember, Hügli Nahrungsmittel-Erzeugung GmbH, Hard
Gerhard Ronner, 1. Dezember, Hilcona AG, Schaan
Doris Buhl, 1. Januar, Hügli, Radolfzell
Osman Keskin, 1. Januar, Hilcona AG, Schaan
Florina Schmidt, 8. Januar, Hügli, Radolfzell
Luisa Eichler, 9. Januar, Hügli, Radolfzell
Antonio Monteiro da Costa, 10. Januar, Sylvain & CO, Essert-sous-Champvent
Begona Mendez Alcantara, 1. Februar, Eisberg AG, Dänikon
Sandra Ligia Prata Mota, 6. Februar, Sylvain & CO, Essert-sous-Champvent
Melka Ramic, 6. Februar, Sylvain & CO, Essert-sous-Champvent
Maria Candida Da Silva, 8. Februar, Eisberg AG, Villigen
Özlem Bayir, 12. Februar, Hügli, Radolfzell
Axel Wiedenbach, 12. Februar, Hügli, Radolfzell

30 Dienstjahre

Jimmy Baumann, 1. Oktober, Hügli Nahrungsmittel AG, Steinach
Johann Vogt, 1. Dezember, Hilcona AG, Schaan
Edgar Müller, 3. Dezember, Hügli, Radolfzell
Joachim Jenke, 2. Januar, Hügli, Radolfzell
Uwe Vieth, 7. Januar, Hügli, Radolfzell
Waldemar Juretzka, 8. Januar, Hügli, Radolfzell
Renate Ramberg, 25. Januar, Hügli, Radolfzell
Livia Munari, 28. Januar, Inter-Planing, Langenhaslach
Michaela Merk, 18. Februar, Hügli, Radolfzell

35 Dienstjahre

Brigitte Ullmann, 3. Dezember, Hügli, Radolfzell
Michael Pfister, 12. Februar, Hilcona AG, Schaan

Pensionierungen

Georg Claassen, 31. Oktober, Hügli, Radolfzell (Nachtrag)
Gertrud Engler, 31. Oktober, Hilcona AG, Schaan (Nachtrag)
Karel Havlíček, 31. Dezember, Hügli Food s.r.o., Zásmuky
Evelyne Hug, 31. Dezember, Hügli Nahrungsmittel AG, Steinach
Alain Tschanz, 31. Dezember, Hilcona Gourmet SA, Orbe
Norbert Karasek, 1. Januar, Hügli Nahrungsmittel-Erzeugung GmbH, Hard

Frühpensionierungen

Eva Unterberger, 31. Oktober, Hilcona AG, Schaan (Nachtrag)
Bernd Gächter, 31. Dezember, Hilcona AG, Schaan
Brigitta Benz, 31. Januar, Hügli Nahrungsmittel AG, Steinach

Todesfälle

Roger Aeberli, 3. Oktober, Hügli Nahrungsmittel AG, Steinach



SUCHRÄTSEL
Gewinnen Sie einen
Gourmet-Abend

In Zeiten wie diesen sollte man sich ab und zu etwas gönnen. Ein richtig gutes Abendessen zum Beispiel: sich kulinarisch nach allen Regeln der Kunst verwöhnen lassen, feine Gerichte geniessen und auserlesene Geschmackskombinationen entdecken. LOOK! macht's möglich! Mit ein bisschen Glück gewinnen Sie einen Gourmet-Abend im Restaurant Ihrer Wahl.

Wettbewerbsfrage
 In welchem Artikel finden Sie ganz viele von diesen Schneeflocken?

Play & Win!

Preise

1x Gourmet-Abend im Restaurant* Ihrer Wahl im Wert von EUR 400,-

10x Einkaufsgutschein im Wert von EUR 30,- für einen lokalen Supermarkt

**Falls Sie aufgrund der aktuellen Situation hinsichtlich Corona keine Restaurants besuchen dürfen, können Sie Ihren Preis auch zu einem späteren Zeitpunkt einlösen.*

Teilnahmeschluss ist der 20. März 2021.

Schicken Sie die Lösung zusammen mit Ihrem Namen, Ihrem (ehemaligen) Arbeits-ort und Ihrem Arbeitgeber an look@bellfoodgroup.com.

Die Gewinner/innen werden unter den Einsendungen mit der richtigen Lösung ausgelost. Mehrfachteilnahmen werden nicht berücksichtigt.

Die Gewinner/innen werden direkt benachrichtigt. Über die Verlosung wird weder Korrespondenz geführt noch telefonisch Auskunft gegeben.

Bell Schweiz: Spezialitäten schön verpackt

Weihnachtszeit ist auch Einladungszeit. Auf die Frage «Was nehme ich mit?» hat Bell die passende Antwort: feines Bündnerfleisch, zarten Bündner Rohschinken oder herzhaftes Walliser Trockenfleisch in der edlen Festtagsholzbox. Auch ohne Holzbox ist ideal für eine Apéro- oder Vorspeisenplatte ist darüber hinaus der Walliser Rohessspeck, den Bell als 500-Gramm-Stück anbietet.



Bell Schweiz: feiner Räucherlachs

Einen Klassiker, der in jeder Jahreszeit Saison hat, bringt Bell in der Weihnachtswoche erneut auf den Markt: geräucherten Lachs aus norwegischer Zucht. Dem Filetstück, das auch für die Bell-Schweiz-Belegschaft bestellbar ist, liegt bereits ein passendes Messer zum fachgerechten Tranchieren bei.



Eisberg Schweiz: zwei neue Buddha Bowls

Um seinen Kunden auch in der kalten Jahreszeit Appetit auf Salat zu machen, hat Eisberg sein trendiges Buddha-Bowl-Sortiment für Coop pünktlich zum Herbstbeginn um die Sorten «Falafel & Kürbis» und «Avocado & Linsen-Quinoa» erweitert. Die beiden neuen veganen Versionen eignen sich für den bewussten Lunch ebenso wie als leckere Beilage zum Abendessen.



Hilcona: schokoladige Pasta

Eine echte Innovation bietet Hilcona seinen Foodservice-Kunden mit den «Agnolotti Chocolate» aus dem Pasta-Fina-Sortiment als limitierter Edition an. Die zarte Füllung besteht aus schweizerischer Milch- und belgischer Zartbitterschokolade, und der Pastateig ist mit Kakao verfeinert. Für das besondere Dessert beim Restaurantbesuch an den Feiertagen ist also gesorgt.



«Agnolotti Chocolate» heisst das neue Schokodessert für die Feiertage.

Hügli: Müsli mit Vitalstoffen für ein starkes Immunsystem

«Immun Wunder» heisst die Neuheit im granoVita Müsli-Sortiment von Hügli. Sie enthält Vitalstoffe wie Eisen, Vitamin C und Zink, die für ein funktionierendes Immunsystem sorgen. Die neue Müsli-Kreation ergänzt die bestehende Linie, zu der beispielsweise schon das «Omega Wunder» für den Cholesterinspiegel sowie das «Venus Wunder» für gelassene Wechseljahre gehören.



Eisberg Österreich: leckere Baguettes

Für die kleine Stärkung zwischendurch hat Eisberg Österreich drei köstlich belegte Baguettes als Private-Label-Produkte für seine Handelskunden entwickelt. Die Sorten «Salami», «Schinken-Käse» und «Grilled Chicken» können sich Baguetteliebhaber in Österreich und Deutschland seit Mitte Oktober schmecken lassen.



Eisberg Ungarn: erste Bowl mit Fleisch

Mit der «Syrtaki Gyros Salad Bowl» hat Eisberg Ungarn seit Kurzem erstmals eine Salatschale mit Fleisch im Sortiment. Typisch griechisch gewürzt und mit Tsatsiki verfeinert, macht sie die Mittagspause zur mediterranen Auszeit. Ungarische Konsumenten, die auf Bioqualität achten, werden sich zudem über die neue «Bio Baby Leaf»-Mischung von Eisberg freuen.



Hilcona: das neue «Vegic Burgerversum»

Die vier neuen Vegic Burger «Farmer Style», «Mexican Style», «Italian Style» und «Mountain Style» unterstreichen erneut die vegetarische Kompetenz von Hilcona. Für den Foodservice-Bereich entwickelt eignen sie sich beispielsweise perfekt für die Schulverpflegung.



Anregungen aus der Bell Food Group
für genussvolle Feiertage

KREATIVES FINALE

Die Einschränkungen, die das Jahr 2020 mit sich brachte, hatten auch gute Seiten. So haben viele Menschen beim Kochen und Geniessen den Corona-Frust abgebaut und dabei einiges neu ausprobiert. Mit zahlreichen Neuheiten sorgt die Bell Food Group jetzt noch mal für die ultimative kulinarische Inspiration zum Jahresende. •mr

Bell Schweiz: alles für Fondue und Tischgrill

Für alle, die an den Feiertagen gerne gemeinsam brutzeln, hat Bell eine grosse Auswahl an fertig geschnittenen Fondue- und Tischgrillprodukten im Programm. Mit zwei Partygrillplatten und drei Fondue-chinoise-Varianten ist für jeden Geflügel-, Rind- und Schweinefleischfan das Richtige dabei. Besonders praktisch: Die Fondueprodukte können direkt in der goldenen Schale serviert werden.



Mit Partyplatten von Bell lässt es sich gemeinsam brutzeln.

Das Food-Pairing-Weihnachtsmenü

Festlicher Genuss für alle Sinne

Die oft beschworene Besinnlichkeit wird sich in diesem Jahr zu Weihnachten bei vielen vermutlich tatsächlich einmal einstellen. Die perfekte Gelegenheit, um ausgiebig zu kochen. Daher ist auch das Look!-Weihnachtsrezept mit spannenden «Food Pairings» diesmal etwas aufwendiger ausgefallen. Aber mit den Anleitungen von Philipp Glauser, Head of Culinary Advisors bei Hügli, gelingt es auch Kochneulingen.

Food Pairing

Schon gewusst, dass Erdbeeren nicht nur mit Schokolade, sondern auch mit Basilikum oder Parmesan prima harmonieren? Mit solchen neuen spannenden Lebensmittelkombinationen beschäftigt sich sogar die Wissenschaft. «Food Pairing» lautet der Fachbegriff für das Prinzip, Zutaten zu verbinden, die gemeinsame Aromastoffe aufweisen. Die Paare scheinen dabei oft auf den ersten Blick nichts miteinander zu tun zu haben. Wer hätte beispielsweise gedacht, dass Kaffee und Rindfleisch über 100 Aromen teilen? Die Aromen der so «verheirateten» Lebensmittel verstärken sich gegenseitig und sorgen für aufregende neue Geschmackserlebnisse.

Cappuccino vom Brokkoli mit Johannisbeerpapier

Für 4 Personen



Food Pairing:
Brokkoli
Ziegenkäse
Johannisbeeren

Brokkolicreme

12 g Butter
1 kleine Zwiebel
½ Stange Lauch
50 g Knollensellerie
250 g Brokkoli
30 g Weissmehl
500 ml Gemüsefond
100 ml Vollrahm (35% Fett)
Salz und weisser Pfeffer aus der Mühle

Die Zwiebel grob hacken, Lauch und Sellerie fein schneiden und alles zusammen in einem grossen Topf in Butter andünsten. Den Brokkoli in kleine Stücke schneiden, zum Gemüse geben und mitdünsten. Mit dem Mehl bestäuben und etwas abkühlen lassen. Danach mit heissem Gemüsefond auffüllen und unter Rühren aufkochen lassen. Mit Salz und Pfeffer würzen und 30 Minuten köcheln lassen, dabei des Öfteren abschäumen. Danach die Suppe mit dem Pürierstab mixen und durch ein feines Sieb passieren. Zum Schluss den Rahm unterrühren.

Johannisbeerpapier

1 dl Johannisbeersaft
1 Eigelb
12 g Maisstärke

Eigelb und Stärke mischen, zum Johannisbeersaft geben und langsam erwärmen, bis er andickt. Die fertige Masse durch ein feines Sieb passieren und auf eine Backmatte oder ein Backpapier streichen. Wer mag, kann etwas gemahlenes Glühweingewürz darauf sieben. Bei 150 °C ca. 10 Minuten backen. Anschliessend in Stücke reissen und gegebenenfalls bei Raumtemperatur komplett austrocknen lassen.

Tipp: Das Johannisbeerpapier lässt sich gut auch schon einen Tag im Voraus vorbereiten.

Ziegenfrischkäseschaum

125 g Ziegenfrischkäse
125 g Vollmilch

Milch und Käse in einem Topf verrühren. Mit einem Milchschaumerstab aufmixen, während die Creme langsam erwärmt wird.

Tipp: Schönen Schaum erhält man auch, wenn man die kalte Creme mit der Milchschaumerdüse der Espressomaschine aufschäumt.

Anrichten

Die Brokkolicreme in Suppenschalen füllen, einen Esslöffel Ziegenfrischkäseschaum darauf geben und mit Johannisbeerpapier verzieren.

Lammkarree mit Bohnen und Karottenpüree

Für 4 Personen

Food Pairing:
Lamm
Preiselbeeren
Karotten



Lammkarree mit Kräuter-Gruyère-Kruste

700 g Lammkarree
20 g Gruyère (gerieben)
80 g Panko
60 g Butter
5 g gemischte Kräuter (fein gehackt)

Falls nicht schon vom Metzger vorbereitet, die Fettschicht, die Silberhaut und alle Sehnen vom Lammkarree entfernen. Das Karree entweder sous vide (im Vakuum) bei 56 °C im Wasserbad für 1,5 Stunden oder im Backofen bei 170 °C bis zu einer Kerntemperatur von 56 °C garen. In der Zwischenzeit Butter zerlassen und mit Panko, Gruyère und Kräutern mischen. Die Masse in der Grösse des Lammkarrees auf ein Backblech streichen und auskühlen lassen. Die Kräuterplatte nach der Garzeit auf die Oberseite des Lammkarrees geben, andrücken und unter dem Grill des Backofens bei maximaler Temperatur goldbraun gratinieren.

Bohnen mit Preiselbeerjus

200 g Prinzessbohnen
200 g Butterbohnen
25 g Bratenjus
240 ml Wasser
40 g Preiselbeermark oder -saft
20 g Balsamicoreme
1 Rosmarinzwig

Die Bohnen ca. 15 Minuten in Salzwasser blanchieren. Den Bratenjus in heisses Wasser einrühren, mit dem Preiselbeermark oder -saft, der Balsamicoreme und einem Rosmarinzwig aromatisieren und aufkochen.

Karotten-Estragon-Püree

40 g Karotten
Etwas Estragon
¼ Kartoffel
Salz und Pfeffer

Karotten und das Kartoffelstück schälen, grob würfeln und in Salzwasser weich kochen. Alles fein pürieren, mit Salz und Pfeffer abschmecken und mit gehacktem Estragon würzen.

Anrichten

Die Bohnen farblich abwechselnd nebeneinanderlegen. Das Karree darauf platzieren. Einen Nocken vom Püree abstechen und mit einem Löffel eine Rinne ausstreichen. Den Jus angiessen und eventuell mit Preiselbeeren garnieren.

Bananen-Schwarztee-Tiramisu

Für 4 Personen

Food Pairing:
Banane
Schwarztee
Kaffee



80 g Löffelbiskuit
110 g Espresso
2 Teebeutel Schwarztee
25 g Amaretto
5 g Grand Marnier
5 g Cognac
2 Eigelb
1 Eiweiss
30 g Zucker
2 Blatt Gelatine (in kaltem Wasser eingeweicht)
150 g Mascarpone
15 g Zucker
150 g Vollrahm
150 g Bananen
100 g Erdbeersauce
1 ½ Blatt Gelatine (in kaltem Wasser eingeweicht)

Espresso, Amaretto, Grand Marnier und Cognac mischen und die Teebeutel ca. 10 Minuten darin ziehen lassen. Form mit den Löffelbiskuits auslegen und mit der Tränkflüssigkeit tränken.

Eiweiss mit 30 g Zucker und Salz steif schlagen und kühl stellen. Eigelbe und 15 g Zucker über dem Wasserbad aufschlagen. 2 Blatt Gelatine auspressen und in der warmen Eigelbzuckermasse auflösen. Die Masse in der Küchenmaschine oder im Schlagkessel kalt aufschlagen. Wenn sie kalt ist, den

Mascarpone unterrühren und das steif geschlagene Eiweiss vorsichtig unterziehen. Den Vollrahm zu 90% aufschlagen und die Bananen pürieren, danach beides ebenfalls vorsichtig unterziehen.

Die Creme über die Löffelbiskuits verteilen und glatt streichen. Erdbeersauce leicht warm machen, 1 ½ Blatt Gelatine darin auflösen und auf das Tiramisu geben. Tiramisu mindestens 2 Stunden kühl stellen, danach portionieren und anrichten.

Tipp zum Anrichten

Vor dem Anrichten etwas Eiweiss steif schlagen und auf die Unterseite einer kleinen Pfanne streichen. Die Pfanne auf den Teller drücken und schnell hochziehen, damit kleine «Hügel» entstehen. Das Eiweiss mit dem Gasbrenner abflämmen und das Tiramisu auf dem Baiser anrichten.

Gold- und Silbermedaillen
bei «Produkt des Jahres»-Auszeichnung

Doppelsieg für Bell Deutschland

Gleich zwei Neuheiten von Bell Deutschland dürfen sich ab sofort «Produkt des Jahres» nennen: die Gourmet-naturel-Steaks und der Serrano Reserva von Abraham. Sie haben die renommierte Branchenauszeichnung der Fachzeitschrift «Lebensmittel Praxis» in der Kategorie Fleisch, Wurst und Geflügel gewonnen.

In diesem Jahr ist Bell Deutschland beim bekannten Verbraucherpreis «Produkt des Jahres» gleich zweimal auf dem Siebertreppchen gelandet: Für die vier Steakvarianten der Marke Gourmet naturel erhielt das Unternehmen eine Goldmedaille, und der Serrano-Reserva-Schinken von Abraham heimste Silber ein.

«Wir freuen uns sehr über die beiden Medaillen», sagt Stephan Holst, Bereichsleiter Marketing und Kommunikation bei Bell Deutschland. «Es ist zwar nicht das erste Mal, dass ein Bell-Deutschland-Produkt zum «Produkt des Jahres» gekürt wird. Aber die doppelte Auszeichnung in diesem Jahr ist für uns etwas ganz Besonderes.»

Die Beliebtheit der beiden Preisträger kommt dabei nicht von ungefähr. Denn mit ihren guten Eigenschaften liegen sie voll im Trend. So überzeugen die Gourmet-naturel-Steaks nicht nur mit dem zarten Fleisch französischer Jungbullen. Ihre FlatSkin®-Ver-

packung ist durch den reduzierten Einsatz von Kunststoff und die einfache Trennung von Folie und Karton bei der Entsorgung auch noch besonders nachhaltig. Der Serrano-Reserva-Schinken von Abraham richtet sich zudem nicht nur an Fans mediterraner Spezialitäten, sondern auch an alle qualitätsbewussten Kunden, die auf Produkte mit einer geschützten Ursprungsbezeichnung achten.

Seit über 20 Jahren ruft die Redaktion der deutschen Fachzeitschrift «Lebensmittel Praxis» Verbraucher dazu auf, die besten Innovationen aus dem Lebensmittel-Einzelhandel zu prämiieren. Durchgeführt wird die Onlinebefragung vom unabhängigen Düsseldorfer Marktforschungsinstitut Innofact. Die Teilnehmenden – pro Kategorie mindestens 400 Probanden – bewerten dabei Produkte in insgesamt 42 Warengruppen.

Für Bell bedeutet der Medaillenregen nicht nur Ruhm und Ehre. Eine umfangreiche Berichterstattung in der «Lebensmittel Praxis» sowie weitere Möglichkeiten, die Auszeichnungen in der Kommunikation zu nutzen, erhöhen die Aufmerksamkeit für die prämierten Produkte und schaffen zusätzliche Kaufanreize bei den Kunden. • *mr*



**Mit ihren guten
Eigenschaften liegen
die Preisträger
voll im Trend.**

