

LOOK!

Mitarbeitermagazin der Bell Food Group

01 2021



**Ganz schön
helle Köpfchen**



Inhalt

Aus dem Unternehmen

- 4 Gut aufgestellt für die Zukunft**
Erfolgreiches 2020 für die Bell Food Group
- 5 Im Sinne der Gruppe entscheiden**
EPiC: Excellent procurement in cooperation
- 6 Die Zukunft nimmt Form an**
Opera: Teilprojekt Holinden in Oensingen

Im Überblick

- 10 Von Pulyka zur Sütag**
Herzlich willkommen
- 10 Ihre Meinung zählt!**
Mitarbeiterumfrage Bell Food Group
- 10 Ein Vorbild für junge Talente**
Jan Schemmer erhält Förderpreis
- 11 Man sieht nur mit dem Herzen gut**
Hilcona-Lernende verteilt
1000 Weihnachtspakete
- 11 Mobilität ohne CO₂-Emissionen**
Zwei Wasserstoff-LKw für die Bell Food Group

Titelstory

- 12 Ganz schön helle Köpfcchen**
Bei der Bell Food Group haben gute Ideen Tradition
- Wir Menschen machen den Unterschied**
- 18 Hey, wie wäre es mit ...?**
Mitarbeitende aus der Bell Food Group zum Thema «Gute Ideen»

Nachhaltigkeit und Innovation

- 20 Weniger ist mehr**
Nachhaltigere Verpackungen durch die Reduzierung von Plastik

Jubiläen

- 24 Jubiläen**
LOOK! gratuliert den Jubilaren von März bis Mai 2021

Wettbewerb

- 27 Innovationen für Ihr Zuhause**
Wettbewerbsfrage

Unsere Genusswelt

- 28 Von klassisch bis kreativ**
Die Bell Food Group bittet zu Tisch
- 32 Rezepte gegen Fernweh**
Vier Rohschinkenklassiker als neue Linie bei Bell in der Schweiz
- 34 Für jeden Geschmack ist ein Kraut gewachsen**
Eine kleine Kräuterkunde

So geht Qualität

- 36 Ausgezeichnetes Original**
Hilcona-Pasta ist «Produkt des Jahres 2021»

Wir dürfen stolz auf uns sein

Liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Vor etwas mehr als einem Jahr standen wir ganz am Anfang der Coronapandemie. Die Situation war ungewiss, die Unsicherheit gross, und Tag für Tag erwarteten uns neue Entwicklungen. Gerade in dieser Zeit hat sich die Bell Food Group als äusserst krisenresistent erwiesen.

Als Unternehmen haben wir alles getan, um die Gesundheit der Mitarbeitenden zu schützen und die Lieferbereitschaft aufrechtzuerhalten. Das ist uns dank dem Einsatz von Ihnen allen gut gelungen. Obwohl einige

Als Gruppe sind wir gut und stabil aufgestellt.

Bereiche, insbesondere der Food Service und die Frisch-Convenience, stark unter den Auswirkungen der Pandemie gelitten haben, können wir als Gruppe für 2020 ein erfreuliches Ergebnis ausweisen. Ohne Ihren ausserordentlichen Einsatz wäre das nicht möglich gewesen. Dafür möchte ich Ihnen herzlich danken. Wir dürfen zu Recht stolz auf uns sein.

Die Coronapandemie wird auch dem laufenden Geschäftsjahr noch einige Zeit ihren Stempel aufdrücken und erhebliche Auswirkungen auf den Geschäftsgang der Bell Food Group haben. Ich bin aber überzeugt, dass es uns weiterhin gelingen wird, schnell auf die schwierig voraussehenden Auswirkungen zu reagieren und gleichzeitig die langfristigen strategischen Ziele konsequent weiterzuverfolgen. Denn das vergangene Jahr hat einmal mehr bewiesen: Als Gruppe sind wir gut und stabil aufgestellt. In der Krise haben wir es geschafft, souverän auf die sich stetig verändernden Rahmenbedingungen zu reagieren und die Herausforderung Corona zu meistern.

Im Wissen um unsere Stärken wollen wir auch die Zukunft der Bell Food Group bauen. Mit unseren drei strategischen Stossrichtungen geben wir die Leitplanken vor, wie wir uns in den nächsten Jahren entwickeln

wollen. Auf dem Holinden-Areal im schweizerischen Oensingen nimmt diese Zukunft bereits Form an. Die Bauten, die im Rahmen des Investitionsprogramms Opera entstehen, sorgen dafür, dass wir künftig effizienter, leistungsfähiger und nachhaltiger unterwegs sein werden. Dasselbe gilt für die umfassenden Investitionen, die am Hilcona-Hauptsitz in Schaan umgesetzt werden.

In vielen Bereichen, insbesondere in der Produktion, sind wir aber bereits heute in der Zukunft angekommen: Sowohl das Mischwerk von Hügli in Radolfzell wie auch der Convenience-Betrieb von Eisberg in Marchtrenk gelten als die modernsten Vertreter ihrer Art in ganz Europa. Und das sind nur zwei Beispiele. Auch im Kleinen wurde schon vieles umgesetzt, und eine Vielzahl von Projekten sorgt dafür, dass die Bell Food Group zuversichtlich in die Zukunft schauen darf und als modernes Unternehmen für die kommenden Herausforderungen gerüstet ist.

Und dabei vergessen wir eines nie: Hinter jeder dieser Initiativen stehen wir – Menschen, die auf der Suche nach etwas Neuem sind oder etwas Gutes noch besser machen wollen. Mit unseren guten Ideen tragen wir alle gemeinsam dazu bei, dass wir als Bell Food Group Tag für Tag ein Stück besser werden – und auch darauf dürfen wir stolz sein.

Lorenz Wyss
Vorsitzender der Gruppenleitung



Erfolgreiches 2020 für die Bell Food Group

Gut aufgestellt für die Zukunft

Die Bell Food Group erwirtschaftete in dem von der Corona-Pandemie geprägten Jahr einen Unternehmensgewinn von CHF 117.7 Millionen. Die Gesundheit der Mitarbeitenden konnte geschützt und die Lieferbereitschaft immer aufrechterhalten werden. Mit drei neuen strategischen Stossrichtungen soll es auch in Zukunft erfolgreich weitergehen. • sh

Die vollständige Medienmitteilung finden Sie auf unserer Website:



Jahresgewinn deutlich über demjenigen des Vorjahrs

Die Bell Food Group ist 2020 gewachsen: Der bereinigte Umsatz beträgt 2020 CHF 4.1 Milliarden und liegt damit um CHF 112.1 Millionen (+2.7 Prozent) höher als im Vorjahr. Das erfreuliche Wachstum im Bereich Retail hat im Geschäftsbereich Bell Schweiz den Umsatzrückgang aus dem Food Service mehr als kompensiert.

«Wir dürfen stolz auf uns sein.»

Eine Ergebnisverbesserung erreichte auch der Geschäftsbereich Bell International. Durch die starke Ausrichtung auf die Ausser-Haus-Verpflegung und auf den To-Go-Bereich war der Geschäftsbereich

Convenience am stärksten von den negativen Auswirkungen der Corona-Pandemie betroffen. Die Umsatzauffälle konnten hier nur teilweise über den Retailkanal kompensiert werden.

Herausforderung Corona gemeistert

Nach Ausbruch der Corona-Pandemie wurden an allen Standorten umfangreiche Schutz- und Hygienemassnahmen umgesetzt. Lorenz Wyss zu diesen herausfordernden Momenten: «Es ist der Bell Food Group gelungen, die Gesundheit der Mitarbeitenden bestmöglich zu schützen. Wir dürfen auch stolz darauf sein, dass es uns geglückt ist, die Lieferbereitschaft jederzeit aufrechtzuerhalten. Ein grosser Dank geht an die Mitarbeitenden, ohne deren ausserordentlichen Einsatz dies nicht möglich gewesen wäre.»

Drei strategische Stossrichtungen

Die Bell Food Group hat im letzten Jahr zudem ihre strategische Ausrichtung überarbeitet und an die kommenden Herausforderungen angepasst. Für die Umsetzung wurden drei strategische Stossrichtungen definiert:



Das Kerngeschäft stärken

Die Bell Food Group will ihre Führungsposition im Kerngeschäft im Schweizer Retail- und Food-Service-Markt nachhaltig ausbauen. Im internationalen Geschäft liegt der Schwerpunkt weiterhin auf der Stärkung der Marktstellung und der Profitabilität bei Rohschinken sowie auf dem Ausbau des nachhaltigen Geflügelangebots.



Mit Convenience und Vegi wachsen

Die Bell Food Group will ihre Position im Convenience-Markt in der DACH-Region durch die Auslastung der Produktionsbetriebe in Marchtrenk und Bad Wünnenberg stärken. Ein weiterer Schwerpunkt wird in der Entwicklung von neuen Food-Lösungen für den Gastronomiebereich mit dem Projekt «Smart Cuisine» in Europa liegen.



In Effizienz und Leistungsfähigkeit investieren

Zur nachhaltigen Sicherung der Leistungsfähigkeit im Schweizer Kerngeschäft hat die Bell Food Group am Standort Oensingen ein umfangreiches Investitionsprogramm aufgesetzt. Auch am Hilcona-Hauptsitz im liechtensteinischen Schaan sind umfassende Investitionen zugunsten der Modernisierung zentraler Prozesse geplant.

EPiC: Excellent procurement in cooperation

Im Sinne der Gruppe entscheiden

Mitte 2019 erhielt der Einkauf über die ganze Bell Food Group den Auftrag, gesamthaft 10 Millionen Franken einzusparen. Dank dem Projekt EPiC rückt dieses Ziel nun in greifbare Nähe. Projektleiter Thomas Graf zieht eine erste Zwischenbilanz.



mas Graf zurück. Um diese Lieferanten überhaupt evaluieren zu können, mussten zuerst alle Informationen beschafft und alle Beteiligten auf einen gemeinsamen Nenner gebracht werden.

«In einem ersten Schritt definierten wir gemeinsame Standards, auch hinsichtlich sozialer oder Nachhaltigkeitskriterien – sowas hatte es in der Gruppe vorher noch nicht gegeben. Jeder Bereich hatte bis anhin zwar mit seinen eigenen Einkaufskriterien gearbeitet, strategische Überlegungen im Sinne der Gruppe wurden in der Vergangenheit jedoch weniger konsequent umgesetzt. Neu müssen Entscheide auch aus Sicht der Bell Food Group und der Coop Gruppe gefällt werden.»

Erste Erfolge stellten sich bereits ein: «Mittlerweile konnten wir die Anzahl Lieferanten um fast ein Drittel reduzieren. Es zeichnen sich Einsparungen ab, die über dem Projektziel liegen. EPiC hat bereits 2020 einen wesentlichen Beitrag an die Ergebnisverbesserung geleistet und wird es auch in Zukunft noch tun.»

Seit Beginn des Projekts habe sich auch die Zusammenarbeit unter den einzelnen Beteiligten wesentlich verbessert. «Zuerst mussten wir uns ja auch alle kennenlernen und in der Zusammenarbeit finden», gibt Thomas Graf zu bedenken, «und alle gemeinsam an einen Tisch bringen – das war nur möglich dank dem Einsatz eines jeden einzelnen. Nur gemeinsam gelingt es uns, die optimalen Synergien auf dem Beschaffungsmarkt auszunutzen und auch für die Zukunft sicherzustellen.» Nun gelte es, die Projektorganisation langsam wieder in die internen Organisationen zu überführen.

Unterstützt werden Thomas Graf und die verantwortlichen Verkaufsleiter und -leiterinnen, die das Kernteam bilden, von einer externen Beratungsfirma sowie vom Team Nicht-Handelswarenbeschaffung von Coop. Über den gesamten Einkaufsbereich sind jedoch über 100 Personen involviert, um das Projekt umsetzen zu können. • sh

«An sich ist EPiC nichts Neues. Projekte, um Einsparpotenzial auszuschöpfen, gibt es immer wieder», erklärt Thomas Graf, «es ist aber definitiv das erste Mal, dass ein solches Projekt in einem derartigen Ausmass durchgeführt wird.» Seit Anfang 2020 ist Graf für die Gesamtleitung des gruppenweiten Projekts EPiC zuständig.

EPiC hat 2020 einen wesentlichen Teil zur Ergebnisverbesserung beigetragen.

Als 2019 das Halbjahresergebnis schlechter ausfiel als erwartet, ordnete die Gruppenleitung der Bell Food Group als Sofortmassnahme an, im Einkauf die Lieferantenkonditionen zu optimieren. Zehn Millionen Schweizer Franken sollten eingespart werden. Mit EPiC, kurz für Excellent procurement in cooperation, also für Exzellenz im Einkauf durch Kooperation, wurden die Strukturen geschaffen, um die nötigen Kostenoptimierungen vornehmen zu können.

«In der Warengruppe Verpackungsmaterialien, wo wir mit den Optimierungen ansetzten, arbeiteten wir zum Zeitpunkt des Projektstarts über die ganze Gruppe hinweg mit über 150 Lieferanten zusammen. Aufsummiert entsprach das einem jährlichen Einkaufsvolumen von über 100 Millionen Schweizer Franken», blickt Tho-

Opera: Teilprojekt Holinden in Oensingen

DIE ZUKUNFT NIMMT FORM AN

In Oensingen baut Bell Schweiz drei zukunftsweisende Industrieanlagen. Ein Tiefkühlager, ein Slicer-Zentrum und die Logistikplattform Centro. Sie machen das Unternehmen effizienter, leistungsfähiger und nachhaltiger. Das Investitionsprogramm Opera hat volle Fahrt aufgenommen.

Die Neubauten sind zukunftsweisend für Bell in der Schweiz.

Von der Autobahn A1 aus werden sie nicht zu übersehen sein, die Bauten auf dem Areal Holinden in Oensingen (CH). Bis zu 30 Meter hoch werden sie in den Himmel ragen. Das Tiefkühlager, das Centro und das Slicer-Zentrum sind aber nicht nur imposant, sondern zukunftsweisend für Bell in der Schweiz. Sie machen das Unternehmen effizienter und leistungsfähiger und damit fit für den nationalen und internationalen Wettbewerb. Auch tragen sie zu einer umweltfreundlichen Produktion bei. Die Bauten sind Teil des Investitionsprogramms Opera. Im Oktober hat der Verwaltungsrat das Teilprojekt Holinden gutgeheissen. Das Tiefkühlager ist bereits im Bau, 2024 sollen alle Gebäude stehen. Wir stellen hier die wichtigsten Inhalte des Projekts vor.



CENTRO

DAS TIEFKÜHLLAGER

DAS SLICER-ZENTRUM

PARKHAUS



Über die Webcam können Sie den Fortschritt des Tiefkühlagerbaus mitverfolgen. Scannen Sie dazu mit dem Smartphone den QR-Code.



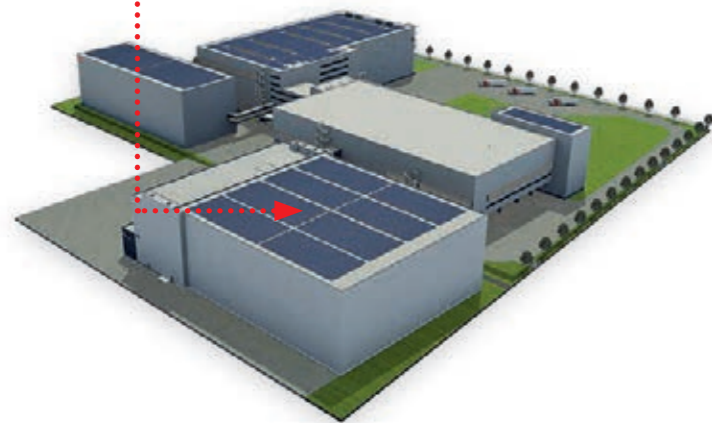
Das Tiefkühlager soll dereinst eine Höhe von rund 30 Metern haben.

DAS TIEFKÜHLAGER

Das Bauprojekt: In Oensingen entsteht der grösste Tiefkühler der Bell Food Group. Für 35 000 Paletten bietet es Platz. Das Tiefkühlager ist seit April 2020 im Bau.

Das bringt es: Dank dem Lager kann Bell Schweiz alle Tiefkühlkapazitäten in Oensingen zentralisieren. Das Lager löst die zwei Anlagen der Frigo in Basel und weitere externe Lager ab.

Für die Umwelt: Das topmoderne Lager ist deutlich umweltfreundlicher. Es halbiert den CO₂-Ausstoss der bisherigen Tiefkühlanlagen.

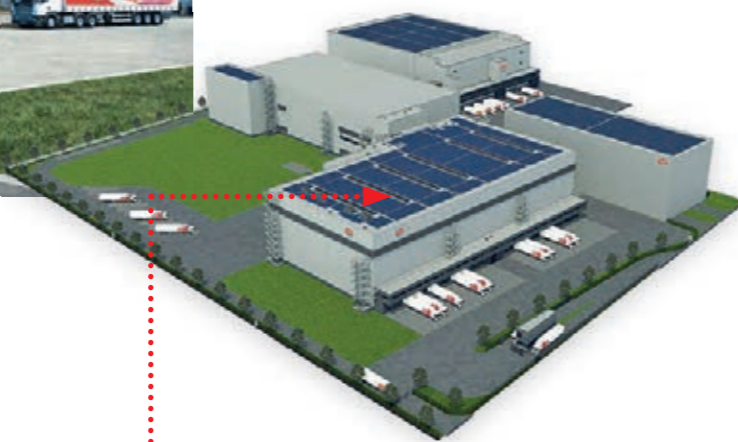


CENTRO

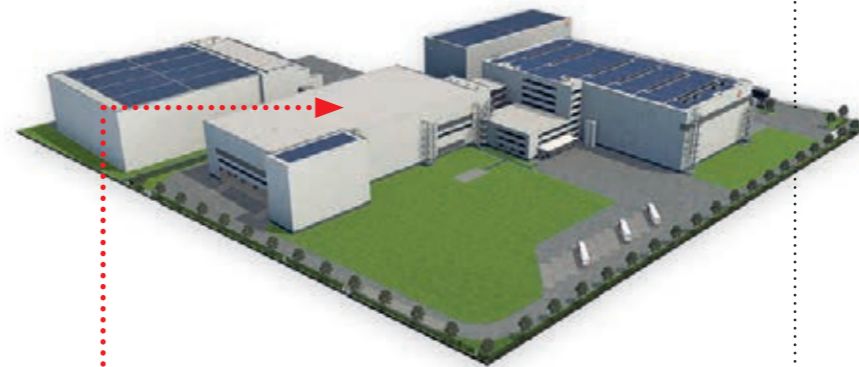
Das Bauprojekt: Das Centro ist künftig der logistische Dreh- und Angelpunkt der Bell Schweiz AG. Sämtliche Artikel (ausser Seafood) aus den zwölf Produktionsbetrieben der Bell Schweiz werden künftig ins Centro gebracht, zwischengelagert, preisausgezeichnet, kommissioniert und an die Kunden geliefert.

Das bringt es: Das Centro macht es möglich, Ware kurzfristiger zu liefern. Der sogenannte Belieferungsrhythmus wird wesentlich kürzer. Künftig kann zum Beispiel eine Filiale eines Grosskunden bis um 15 Uhr Ware bestellen und erhält sie bereits bis um 7 Uhr am nächsten Morgen.

Für die Umwelt: Dank der kurzfristigen Lieferung kann eine Filiale genauer einschätzen, wie viel Ware sie benötigt. Das reduziert Food Waste, weil am nächsten Tag weniger Ware abgeschrieben werden muss.



Das Teilprojekt Holinden steht für Effizienz, Leistungsfähigkeit und Nachhaltigkeit.



DAS SLICER-ZENTRUM

Das Bauprojekt: Das neue Zentrum wird künftig für die Bell Schweiz Charcuterie zentral slicen. Die Betriebe liefern die Produkte an das Zentrum, wo sie zeitnah oder just in time geschnitten werden. Der Bau bietet Platz für acht Linien.

Das bringt es: Das Slicer-Zentrum verfügt über eine moderne Reinraumtechnologie. Dadurch gelangen noch weniger Mikroorganismen auf die Produkte, was die Haltbarkeit signifikant verlängert. Dies führt beim Supermarkt zu deutlich tieferen Warenabschreibungen.

Für die Umwelt: Die bessere Haltbarkeit reduziert Food Waste.



Weitere Bauten: Parkhaus und Zentrale Technik

Auf dem Areal Holinden werden zudem ein Parkhaus und die Zentrale Technik gebaut. Das Parkhaus ersetzt den Parkplatz an der Dünnerstrasse (der Parkplatz weicht der geplanten Erweiterung des Rinderschlachthofs). Die Zentrale Technik beherbergt Technikzentralen, eine Werkstatt, Garderoben, eine Kantine und Büros.



Parkhaus

Datenanalyse und Robotik

Die Bauten auf dem Areal Holinden werden mit modernster Technik ausgerüstet. Eine Plattform sammelt Betriebsdaten und wertet sie zentral aus. Beispielsweise können so Prozesse (Slicen, Verpacken und Kommissionierung) besser aufeinander abgestimmt werden. Mit Robotik wird monotone und körperliche Arbeit konsequent automatisiert. Zum Beispiel werden Roboter die verkaufsfertige Ware in Auslieferungsgebäude zusammenstellen. Datenanalyse und Automatisierung benötigen zusätzliche Arbeitskräfte mit spezifischen Qualifikationen und Fertigkeiten. Neue Technologien einzusetzen, bedeutet auch, ressourcenschonend zu produzieren. Beispielsweise brauchen die modernen Anlagen auf dem Areal Holinden weniger Energie, Abwärme wird als Energiequelle genutzt, und es werden natürliche Kältemittel verwendet. Die moderne Technik symbolisiert somit, wofür das Teilprojekt Holinden als Ganzes steht: Effizienz, Leistungsfähigkeit und Nachhaltigkeit. • ts

Die Bauten auf dem Areal Holinden werden mit modernster Technik ausgerüstet.

**Herzlich
willkommen**



Von Pulyka zur Süttag

Seit dem 1. November 2020 ist die Süddeutsche Truthahn AG (Süttag) im deutschen Ampfing offiziell um 370 Mitarbeitende reicher. Wir heissen sie herzlich willkommen in der Bell Food Group!

Vor dem Hintergrund einer Gesetzesänderung, die in der deutschen Fleischwirtschaft ab 2021 keine Werksverträge mehr zulässt, haben die Mitarbeitenden per 1. November 2020 vom Werksvertragspartner Pulyka GmbH zur Süttag in Ampfing gewechselt. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind überwiegend in der Schlachtung und der Zerlegung tätig. • sh

Mitarbeiterumfrage Bell Food Group **Ihre Meinung zählt!**

Im Juni 2021 steht die nächste Mitarbeiterumfrage über die ganze Bell Food Group an.

Auf Ihre Meinung, geschätzte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, legen wir nicht nur grossen Wert, sondern wir sind darauf angewiesen. Dank Ihren Rückmeldungen ist es uns möglich, Verbesserungsmöglichkeiten zu erkennen und Lösungen zu erarbeiten.

Im Juni dieses Jahres wollen wir deshalb erneut eine Mitarbeiterumfrage durchführen, erstmals auch bei den Kolleginnen und Kollegen von Hügli. Sie werden rechtzeitig von Ihren Vorgesetzten und Personalabteilungen die erforderlichen Informationen erhalten. Wir freuen uns auf Ihre Teilnahme, denn Ihre Meinung zählt und ist uns wichtig. • sh



Jan Schemmer erhält Förderpreis

Ein Vorbild für junge Talente

Für seine erfolgreiche Karriere vom Metzger zum Leiter Produktmanagement und Entwicklung bei Bell Schweiz hat Jan Schemmer den diesjährigen «Förderpreis der Fleischwirtschaft» erhalten.

Jan Schemmer hat mit 32 Jahren schon viel erreicht. Vom Metzger über den Meister und den Fleischtechniker bis hin zum MBA in Unternehmensführung entwickelte sich der heutige Leiter der Abteilung Produktmanagement und Entwicklung bei Bell Schweiz beruflich und fachlich in den vergangenen Jahren immer weiter. Für diesen aussergewöhnlichen Werdegang erhielt er den diesjährigen «Förderpreis der Fleischwirtschaft».

«Ich freue mich sehr über diese Auszeichnung und hoffe, dass ich damit junge Menschen dazu motivieren kann, sich für eine Ausbildung in der Branche zu entscheiden», sagt Jan Schemmer. «Alles, was man dafür braucht, ist Interesse und Leistungswillen sowie die Begeisterung für den Rohstoff Fleisch. Damit hat man ein solides Fundament für sehr viele berufliche Wege, wie mein Beispiel zeigt.»

In der Vergangenheit ging die Auszeichnung vor allem an Talente aus klassischen Metzgereien. Um zu

zeigen, dass auch Industriebetriebe den Berufsstand fördern, bewarb sich der Bell-Mitarbeiter in diesem Jahr um den Preis. «Meine Hoffnung ist, dass ich damit junge Menschen speziell für einen Werdegang in unserer Unternehmensgruppe begeistern kann und wir so in Zukunft wieder leichter gutes Personal für unsere anspruchsvollen Funktionen in den produktionsnahen Bereichen finden», erläutert er.

Der «Förderpreis der Fleischwirtschaft» wird seit acht Jahren von den fleischwirtschaftlichen Fachmedien der dfv Mediengruppe «allgemeine fleischer zeitung» (afz) und «Fleischwirtschaft» verliehen. Die Fachjury ist mit Branchenkennern aus Wissenschaft, Industrie und Journalismus hochkarätig besetzt. Ebenfalls ausgezeichnet wurde Alfred Remmele Conde, der für seine Ausbildung zum Metzger eigens aus Guatemala nach Deutschland kam. • mr

Hilcona-Lernende verteilen
1000 Weihnachtspakete

Man sieht nur mit dem Herzen gut

Die Hilcona-Lernenden in der Schweiz verpackten und verteilten an Weihnachten während zweier Tage liebevoll 1000 Pakete für vom Schicksal getroffene Familien.

Die Lernenden der Hilcona in Schaan hatten vergangenen Dezember, passend zu den Feiertagen, die treffende Idee: Das Schönste, was man schenken kann, ist Zeit. Sie organisierten deshalb mit Unterstützung zahlreicher Hilcona-Abteilungen mit viel Hingabe eine einmalige «Solidaritätsbrücke» zwischen den beiden Schweizer Hilcona-Standorten Schaan und Orbe: 1000 Weihnachtspakete voll mit «Besseresser»-Produkten sollten vom Schicksal getroffenen Familien in Orbe zugutekommen.

«Wir haben von den Hilfe suchenden Familien rund um die Gemeinde Orbe viel gehört. Es fehlt dort sogar oft das Geld für Lebensmittel», erklären die engagierten Lernenden, «das ist besonders hart. Daher ist es besonders wichtig, nach neuen Wegen der Hilfestellung zu suchen. Für uns war deshalb sofort klar, dass wir hier helfen sollten, und wir helfen gerne. Umso besser natürlich, wenn es einen so sinnvollen Zweck hat und wir damit für etwas Sonne im Leben der verschiedenen Familien sorgen dürfen.»

Günter Grabher, Koordinator der Hilcona Berufsbildung, ist stolz auf seine Schützlinge: «Von der Idee bis zur gemeinsamen Verpackung der 1000 Pakete war alles sehr berührend und intensiv. Man konnte die Stimmung kaum in Worte fassen. Ich bin dankbar für das grossartige Engagement unserer Lernenden» • Markus Amann, Communications Manager bei der Hilcona in Schaan



Zwei Wasserstoff-LKw für die Bell Food Group

Mobilität ohne CO₂-Emissionen

In der Schweiz und in Liechtenstein sind seit Kurzem zwei hochmoderne Wasserstoff-Elektro-Nutzfahrzeuge für die Bell Food Group unterwegs. Das ist Warentransport mit null Emissionen!



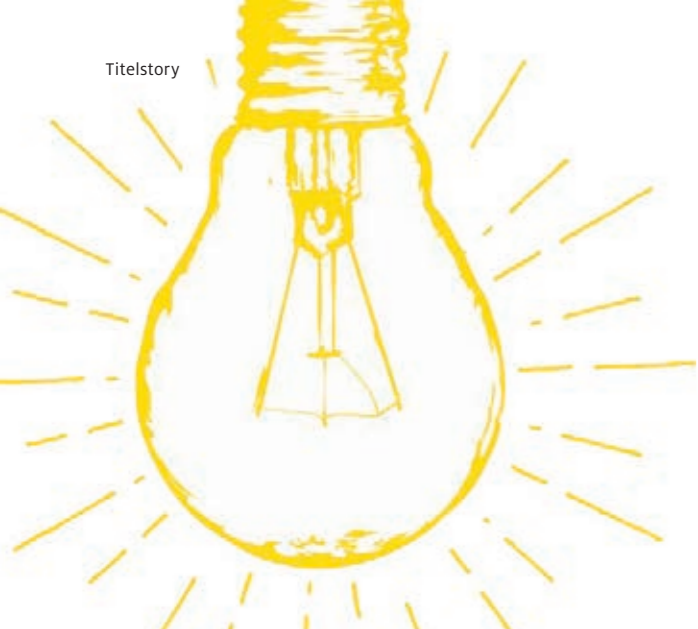
Fast lautlos fahren sie an. Nur ein Zischen entweicht, wenn die tonnenschweren Kolosse losrollen. Das tiefe Brummen eines Dieselmotors bleibt aus. Stattdessen summen sie lediglich leise, ähnlich wie Strommasten.

Das sind sie, die neuen Wasserstoff-Elektro-Nutzfahrzeuge. Die beiden Schweizer Logistikpartner Chr. Cavegn AG und F. Murpf AG setzen auf nachhaltige Mobilität ohne CO₂-Emissionen. Damit sind zwei der insgesamt fünfzig Fahrzeuge, die der koreanische Autohersteller Hyundai für die Schweiz produziert hat, für die Bell Food Group unterwegs.

Der Wasserstoff für die LKw wird mit Strom aus erneuerbaren Energiequellen hergestellt. Der Wasserstoff

reagiert in der Brennstoffzelle des LKw mit Sauerstoff aus der Umgebungsluft und setzt wieder Energie in Form von elektrischem Strom frei. Dabei entsteht nur Wasserdampf, der wieder entweichen kann. Dieser geschlossene Kreislauf macht den Antrieb CO₂-neutral. Damit spart der neue LKw bis zu 80 Tonnen CO₂-Emissionen pro Jahr.

Eines der neuen Fahrzeuge ist zudem mit einem neuen Bell-Food-Group-Branding ausgestattet. Das unterstreicht die Bestrebungen der Gruppe für eine nachhaltige Produktion und Logistik von frischen Lebensmitteln. • sh



Bei der Bell Food Group haben gute Ideen Tradition

Ganz schön helle Köpfchen

Ob bei Bell, Eisberg, Hilcona oder Hügli – überall in der Bell Food Group standen am Anfang Menschen mit guten Ideen und Pioniergeist. Diese Innovationskraft hat alle Divisionen der Unternehmensgruppe durch ihre Geschichte begleitet – bis heute. Dabei sind es oft auch kleine Neuerungen, die grosse Wirkung zeigen.

Wenn wir eine Zeitreise zu den Anfängen der Bell Food Group machen, stossen wir überall auf findige Menschen, die sich nicht scheuten, etwas Neues auszuprobieren.

So nutzten die Urväter von Bell den technischen Fortschritt, den die Industrialisierung mit sich brachte, um 1907 einen für die dama-

Gemüse in der Dose feierte in Pandemiezeiten ein Comeback.

lige Zeit hochmodernen Fleisch- und Charcuteriebetrieb in Basel zu eröffnen.

Auch Hilcona-Gründer Toni Hilti machte sich die Industrialisierung zunutze und begann 1935, als Lebensmittel in Dosen in Europa noch nicht weit verbreitet waren, mit der Produktion von Gemüsekonserven. Mittlerweile ist Hilcona sogar der einzige Hersteller von Konservengemüse in der Schweiz und in Liechtenstein – mit steigenden Absatzzahlen. Denn die Dose hat in Pandemiezeiten mit rekordverdächtigen 29 Millionen

verkauften Konserven allein im vergangenen Jahr ein grosses Comeback gefeiert.

Hügli legte mit einer echten Produktinnovation den Grundstein für seinen Erfolg als Convenience-Spezialist: Ebenfalls 1935 kam mit «Brodox» der erste industriell gefertigte Bouillonwürfel auf den Markt.

Komplettiert wird der innovative Viererbund durch Eisberg. Das Unternehmen gilt als Pionier des Beutelsalats, den es 1972 erstmals in der Schweiz anbot. Als Eisberg seine praktischen Mischungen in der Tüte in den 1990er-Jahren erstmals nach Osteuropa brachte, beeinflusste das sogar die Essgewohnheiten der Menschen in der Region, die bisher eher als Salat-Muffel galten.

Doch die Bell Food Group wäre nicht das, was sie heute ist, wenn sie sich auf den ersten zündenden Ideen ausgeruht hätte. Der Innovationsgeist begleitet die Geschäftsbereiche und Divisi-

PRODUITS

Eisberg: HR-Preis für interne Chatbot-Kommunikation

Für die Kommunikation mit den Mitarbeitenden setzt Eisberg in Ungarn seit Juni 2019 auf einen Chatbot – eine für den HR-Bereich noch brandneue Technologie. Der Chatbot, den den Namen «Sali Kapitány», also Kapitän Salat, erhielt, versorgt die Mitarbeitenden über ihr Smartphone in Sekundenschnelle mit allen wichtigen Informationen. Eine vorausschauende Investition, wie sich bei Ausbruch der Corona-Pandemie zeigte. Die Beschäftigten blieben so ständig über alle neu eingeführten Massnahmen zum Infektionsschutz auf dem Laufenden. Zudem nutzt Eisberg das Tool beispielsweise auch, um zu erfahren, wo Kinderbetreuungsprobleme bei den Mitarbeitenden bestehen, um die Schichtpläne optimal darauf ausrichten zu können. Für dieses herausragende Engagement hat das Unternehmen den HR-Award «Verantwortlicher und empathischer Arbeitgeber» erhalten.

Kapitän Salat ist der Chatbot-Superheld von Eisberg.



Bell Deutschland: Pilotprojekt mit Sprüh-Interleavern

Bell Deutschland testet aktuell ein innovatives Verfahren, um auf Interleaver aus Kunststoff oder Wachspapier, beispielsweise bei den Serrano-Schinken-Spezialitäten, zu verzichten. Stattdessen wird während des Slicens eine Trennschicht aus Pflanzenöl in Bio-Qualität hauchdünn auf die Scheiben aufgesprüht. «Die Idee dazu entstand, weil wir von einem Käsehersteller aus Nordeuropa gehört hatten, der dieses Verfahren für seine SB-Produkte ausprobiert», berichtet Stephan Holst, Bereichsleiter Marketing & Kommunikation bei Bell Deutschland. Die ersten Tests waren bereits vielversprechend. Sollte sich diese Technologie bewähren, könnten demnächst pro Jahr 200 Tonnen Trennblätter bei Bell Deutschland eingespart werden.

HÜGLI NÄHRMITTEL-A.G. ARBON



**Hilcona «Smart Cuisine»:
Der Genuss-Baukasten**

Mit dem Projekt «Smart Cuisine» bietet Hilcona gemeinsam mit Transgourmet Hotels und Restaurant eine Baukastenlösung für Buffets, Bankette sowie den À-la-Carte-Bereich. Dabei können die Kunden wählen, ob sie einzelne Komponenten oder ein Komplettpaket benötigen. Das Sortiment deckt dabei alle drei Standbeine von Hilcona ab: Pasta, Veggie und Frische. «Unser Ziel ist es, mit «Smart Cuisine» die Bedürfnisse von Gastronomen als Ganzes zu begreifen und sukzessive massgeschneiderte Ideen und Lösungen zu entwickeln», erläutert Oliver Rose vom Hilcona Food-Service. Ein umfangreicher zusätzlicher Service, vom Buffet-Konfigurator bis zur Bereitstellung von Personal, gehört dabei ebenfalls zu dem smarten Angebot.

**Hilcona:
Dampfgegarnte Gerichte für
den Care-Bereich**

Als erster Partner von Hilcona bietet das Klinikum Lüdenscheid seinen Patienten seit Anfang des Jahres fertig vorportionierte Mittagessen an, die mit einem neuen patentierten Dampfverfahren hergestellt wurden. Diese schonende Zubereitungsart liefert knackiges, bissfestes Gemüse mit viel Vitaminen und Nährstoffen. Zusätzlicher Vorteil für die Klinik: Fast wie im À-la-Carte-Restaurant kann jeder Patient morgens aus rund 40 Mahlzeiten sein Wunschmenü auswählen, wobei individuelle Diät- und Ernährungsvorgaben berücksichtigt werden.

Mit Gemüse in Dosen fing die Erfolgsgeschichte von Hilcona an.



onen bis heute. Dabei müssen die Neuerungen nicht immer gleich revolutionär sein. Auch kleine Verbesserungen setzen wertvolle Impulse.

Laut Duden spricht man im Bereich der Wirtschaft von einer Innovation, wenn eine neuartige, fortschrittliche Lösung für ein bestimmtes Problem realisiert wird. Bei einem Lebensmittelunternehmen richtet sich dabei der Fokus vor allem auf neue Produkte, die beispielsweise neue Geschmackserlebnisse bieten, das Leben erleichtern oder mit besonderen Inhaltsstoffen überzeugen.

Erwähnt sei hier unter anderem das geschichtsträchtige «Bell-Würstli» oder die frische Pasta, die Hilcona 1984 als erstes Unternehmen der Schweiz und Liechtensteins industriell herstellte.

Aber auch die jüngere Vergangenheit geizt nicht mit Beispielen für innovative Produktideen. Ein Trendfeld, auf dem sich die Entwickler tummeln, ist etwa das der Alternativen zu herkömmlichem Fleisch.

Während die Hilcona Taste Factory mit dem Projekt «The Green Mountain» einer der grossen Schweizer Innovationstreiber für Fleischersatz auf Pflanzenbasis ist, fördert die Bell Food Group mit ihrem Investment in das niederländische Start-up Mosa Meat die kommerzielle Herstellung von kultiviertem Rindfleisch.

Ein weiterer Bereich, in dem dank Automatisierung und Digitalisierung bei der Bell Food Group aktuell sehr viel im Umbruch ist, ist die Produktion.

Was aktuelle Technologien alles ermöglichen, zeigt sich sehr plakativ an Standorten jüngerer Datums. So gelten beispielsweise das Mischwerk von Hügli in Radolfzell sowie der Convenience-Betrieb von Eisberg in Marchtrenk als die modernsten Vertreter ihrer Art in ganz Europa.

Der Fortschritt macht aber auch vor alteingesessenen Standorten nicht halt. Vom hochmodernen Pickroboter bis zur Ultraschall-Siegelung zur Verschweissung von Verpackungen sind zahlreiche innovative Technologien im Einsatz.

Ein Trendfeld für Produktentwickler ist das der Fleischalternativen.

Exoskelette unterstützen die Mitarbeitenden beispielsweise beim Tragen schwerer Gebinde.

Als verantwortungsvolles Unternehmen kümmert sich die Bell Food Group aber nicht nur darum, neue Ideen in ihrem Kerngeschäft umzusetzen. Auch zur Verbesserung ihrer Nachhaltigkeit setzt sie alle Hebel in Bewegung.

Als Vorreiter in Sachen Energierückgewinnung präsentiert sich beispielsweise Eisberg: Bereits seit 1999 betreibt der Herstellungs-

Der energieneutrale Geflügelstall von Bell Schweiz setzt neue Massstäbe.

betrieb in Dällikon eine Biogasanlage, in der die Restabfälle aus der Salatverarbeitung in Energie umgewandelt werden – damals wie heute einzigartig für die Schweiz. Ganz neu ist dagegen ein zukunftsweisendes Pilotprojekt von Bell Schweiz: Der energieneutrale Geflügelstall setzt seit letztem Sommer neue Massstäbe bei der nachhaltigen Geflügelzucht.

Egal, ob eine gute Idee quasi im Vorbeigehen oder in einem aufwendigen Prozess entsteht, dahinter stehen immer Menschen, die auf der Suche nach etwas Neuem sind oder etwas Gutes noch besser machen wollen. Dazu sind in der Bell Food Group alle Mitarbeitenden aufgerufen.

Daher ist der Einbezug der Beschäftigten unter anderem auch ein zentraler Bestandteil des «TopX»-Programms, mit dem die Bell Food Group seit letztem Herbst Verbesserungspotenziale bei den Prozessen identifiziert. Denn wer kennt etwa die Produktionslinien mit allen ihren Eigenheiten besser, als die Menschen, die sie tagtäglich bedienen?

Mit guten Ideen – und das muss nicht immer gleich eine bahnbrechende Neuheit sein – kann jeder dazu beitragen, den Innovationsgeist in der Bell Food Group hochzuhalten. Wer weiss, auf welche tollen Errungenschaften zukünftige Generationen zurückblicken werden, wenn sie sich auf eine Reise zurück in unsere Zeit begeben? • mr

Bell Schweiz: Degustations-App unterstützt die Produktentwicklung

Als Beispiellösung dafür, wie sich Prozesse bei der Bell Food Group durch die Digitalisierung optimieren lassen, entwickelte der IT-Anbieter novaCapta für die Produktentwicklung bei Bell in der Schweiz eine innovative Degustations-App. Statt wie bisher auf Papier nehmen die Produktentwickler jetzt die Bewertung eines Artikels in der Smartphone-App vor. Ein Multiple-Choice-Verfahren sorgt für eine gute Vergleichbarkeit der Angaben. Die Produktmanager verfügen über ihre eigene Version der Power-App, die ihnen zusätzliche Funktionen bietet. Durch die App konnte unter anderem die Entscheidungszeit verkürzt und die Transparenz gegenüber Lieferanten und B2B-Kunden gesteigert werden. Ein weiterer Vorteil: Weniger Papiereinsatz bedeutet auch mehr Nachhaltigkeit.



Bell Schweiz: Exoskelette helfen beim Tragen

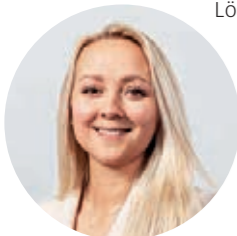
Exoskelette, die Menschen Superkräfte zu verleihen scheinen, kennen die meisten bisher nur aus Science-Fiction-Filmen. Die Mitarbeitenden in der Kommissionierung in Basel können sie jetzt am eigenen Leib erfahren. Die Produktion hat zwei dieser roboterhaften Tragehilfen für Testläufe gekauft. Zusätzlich zur Unterstützung an Rücken und Armen verfügen die Exoskelette auch über eine Halterung über dem Kopf, an die verschiedene Module, beispielsweise zum Heben und Greifen, montiert werden können.

Mitarbeitende aus der Bell Food Group zum Thema «Gute Ideen»

Hey, wie wäre es mit ...?

Gute Ideen müssen nicht immer das Rad neu erfinden, um positive Veränderungen zu bewirken. Jeder noch so simple Einfall hat das Potenzial, den entscheidenden Moment zu werden. Mitarbeitende aus der Bell Food Group erzählen, wie sie oder ihre Teams mit guten Ideen für Verbesserungen in den unterschiedlichsten Bereichen gesorgt haben. • sh

«Als erste Abteilung hat die IT bei der Bell Schweiz vor einigen Jahren die Absenzzettel durch eine Online-lösung über SharePoint ersetzt. Vergessene Stempelungen, Absenzen und Piketteinsätze werden nicht mehr von Hand, sondern über einen SharePoint-Workflow beantragt und genehmigt. Das unterstützt das papierlose Arbeiten und verhindert, dass Zettel verloren gehen. Wir konnten diese Lösung auch bei einigen weiteren Abteilungen einführen. Momentan wird zusätzlich an einer automatisierten Lösung gearbeitet, mittels derer ein Bot die beantragten Zeiten in das Zeiterfassungstool E3 schreibt.»



Nora Hertzschuch
Head of IT Administration & Information bei Bell in Basel

Oliver Rose
Nationaler Konzept-Verkaufsmanager im Foodservice bei Hilcona in Schaan



«Um das Baukastenkonzept Smart-Cuisine, das mehr Flexibilität und weniger Foodwaste auch bei schwankender Gästeanzahl bietet, bekannt zu machen, habe ich entschieden die (potenzielle) Kundschaft mit bewegten Bildern in Form eines einminütigen Videos «gluschtig» zu machen. Das Video hat dabei letztlich nicht nur die externen sondern auch die internen Stakeholder begeistert. Um an diesen Erfolg anzuknüpfen, ist als nächster Schritt angedacht, Kunden die Möglichkeit zu geben, Musterpakete vordefinierter Komponenten zu bestellen und diese während eines Livekochkurses mit uns zuzubereiten.»

Daniel Oblak
Category Manager bei Hügli in Steinach



«Mit unseren Produkten bieten wir Lösungen, die unsere Kunden im Küchenalltag qualitativ unterstützen. Mit der «konzentrierten Bouillon» mit der leichten Gelee-Konsistenz haben wir einen weiteren Schritt gemacht, die anspruchsvolle Küche von heute zu bereichern. Mit bis zu 73 % wertgebenden Grundbestandteilen ist die konzentrierte Bouillon eine wahre geschmackliche Unterstützung im Vergleich zu herkömmlichen Produkten. Für den Einsatz in der klassischen À-la-carte-Küche, im Frontcooking oder in der Betriebskantine ist die Bouillon eine ehrliche Alternative bei hohen Qualitätsansprüchen.»

«Ein Teil meiner Arbeit ist die stetige Verbesserung unserer Produkte und Prozesse durch die Begleitung der Systemeinführung von CSB (Anm. d. R.: System zur durchgängigen Warenwirtschaft, Ressourcenplanung und Rückverfolgbarkeit für die Lebensmittelbranche). Insbesondere im Produktionsbereich ist es eine grosse Chance, die Qualität auf eine noch höhere Ebene zu bringen. Wichtig dabei ist für mich, die Kollegen auf die Reise mitzunehmen. Die Ängste der Kollegen – vor Neuem und vor dem technischen Hintergrund – zu nehmen, war der erste Schritt in die richtige Richtung. Mein Ziel ist es, gemeinsam im Team alle Hürden zu nehmen. Mein Anspruch ist jeden Tag, Lösungen für Herausforderungen zu finden und ein offenes Ohr zu haben.»



Julia Gerauer
Mitarbeiterin Produktion bei der Süddeutschen Truthahn AG in Ampfing

Emilie Zablotz
Product & Brand Manager bei Sylvain&CO in Essert-sous-Champvent



«Wir waren Teil eines spannenden Verpackungsprojekt – der ersten richtigen Kollaboration zwischen Sylvain&CO und Eisberg. Das umfangreiche und ehrgeizige Projekt dauerte mehrere Wochen und verlangte viel Abstimmung zwischen den beiden Firmen. Wir konsultierten zudem diverse Fachstellen, insbesondere die Verpackungsbeschaffung und-entwicklung hinsichtlich technischer Fragen. Dank dem Projekt etablierten wir nicht nur ein gemeinsames Verständnis der Marktbedürfnisse, sondern legten auch den Grundstein für die künftige Zusammenarbeit zwischen Eisberg und Sylvain&CO.»



Rhea Pantelis
Key Account Managerin Retail bei Eisberg in Dällikon

Daniel Plüss
Assistent Leitung Frischfleisch bei Bell in Oensingen



«Für das Projekt Frontmatec Phase 0 mussten neue Kriterien definiert und zusammengetragen werden. Ziel des Projektes ist, den ganzen Prozess der Lagerverwaltung von der Schlachtung bis zum Zerlegeeingang zu automatisieren, damit die Mitarbeitenden weniger manuelle Entscheidungen treffen müssen. Durch meinen internen Wechsel im September als Assistent Leitung Frischfleisch, wo ich teilweise auch für die Betriebskoordination zuständig bin, wurde ich in das Projekt Frontmatec Phase 0 miteinbezogen. In meiner neuen Funktion kann ich für die Ausführung und Umstellung des Projektes alle Abteilungen unterstützen und auch die Mitarbeitenden schulen.»

Nachhaltigere Verpackungen durch die Reduzierung von Plastik

Weniger ist mehr

Kunststoffverpackungen sind für viele Lebensmittel unverzichtbar. Sie verlängern ihre Haltbarkeit und garantieren ihre Sicherheit. Gleichzeitig verursacht eine stetig wachsende Menge an Plastikmüll grosse Umweltschäden. Mit cleveren Lösungen in verschiedenen Bereichen stellt sich die Bell Food Group diesem Problem.

Verpackungsabfälle zu reduzieren, ist aktuell ein viel diskutiertes Thema. Gerade Kunststoffe haben einen schlechten Ruf, weil sie sich nur sehr langsam zersetzen. Alternativen beispielsweise aus Papier oder Naturfasern sind daher sehr gefragt und lassen sich in vielen Produktbereichen gut einsetzen.

Bei Lebensmitteln sieht das aber häufig anders aus: Hier steht der Schutz des Produktes vor schädlichen Einflüssen wie Keimen, Luft und Licht an erster Stelle, um die Haltbarkeit und die Lebensmittelsicherheit zu gewährleisten sowie Aroma- und Vitaminverluste bestmöglich zu verhindern. Diese Eigenschaften sind häufig nur bei Kunststoffverpackungen zu finden.

Bei Lebensmitteln steht der Schutz des Produktes an erster Stelle.

Gleichzeitig muss die Verpackung dafür sorgen, dass das Produkt alle Stationen vom Herstellungsbetrieb bis zum Endkunden unbeschadet übersteht. Ein geringes Materialgewicht unterstützt den Produzenten zudem dabei, die Transportkosten gering zu halten.

Plastikverpackungen sind also für zahlreiche Lebensmittel unumgänglich. Aber sie können effizienter eingesetzt werden, wie die Bell Food Group mit vielen Beispielen



beweist. Ein wichtiges Arbeitsfeld ist dabei, die insgesamt benötigte Plastikmenge zu verringern.

«Für die Reduzierung von Kunststoffen bei den Verpackungen haben wir für alle Divisionen eindeutige Ziele definiert», erläutert Samuel Widmer, Projektleiter Nachhaltigkeit bei der Bell Food Group. «Je nach Grösse und Sortiment der Division liegt das Einsparpotenzial bei 20 bis 1500 Tonnen bis zum Jahr 2023.»

Eine Möglichkeit auf diesem Weg ist, Verpackungen so zu verändern, dass weniger Kunststoff benötigt wird. Bell Deutschland hat dafür mit der Faltpackung schon vor einigen Jahren eine intelligente Lösung gefunden, die jetzt auch für das neue Schinkenspezialitätenortiment von Bell in der Schweiz eingesetzt wird.

Mit der flachen, wiederverschliessbaren Faltpackung spart Bell Deutschland gegenüber der herkömmlichen Version über 329 Tonnen Kunststoff pro Jahr ein.

Seit Anfang des Jahres werden zudem erste Artikel auf die Verpackung aus einem Monomaterial umgestellt, sodass sie im Rahmen des deutschen Recyclingsystems zu 93 Prozent wiederverwertbar ist. Indem diese Folie noch einmal dünner gemacht werden konnte, reduziert Bell Deutschland seinen Kunststoffverbrauch zusätzlich um rund 38 Tonnen.

Seit Hügli zahlreiche Produkte für seine Foodservice-Kunden in der wiederverwertbaren Gastrom-Schale verpackt, konnten schon mehr als 300 000 Einwegweimer, die zuvor beispielsweise für Suppen und Saucen genutzt wurden, eingespart werden.



Einsparungen von Verpackungsmaterialien
in der gesamten Bell Food Group

2019 **91 t**
2020 **352,36 t**



Einsparungen von Verpackungsmaterialien in den Divisionen (2020)



Für die neuen Fertigsalate von «Naturaplan» hat Hilcona bewusst Schalen aus Karton gewählt. Während der Kunststoffanteil der bisher für solche Produkte genutzten «Traiteur-schalen» bei 92,6 Prozent liegt, kommt die hier eingesetzte Version mit nur 12,7 Prozent aus.

Auch der Anteil an recyceltem Kunststoff steigt.

Ein weiteres Beispiel ist bei Bell Schweiz in Oensingen zu finden. Hier wurde vor Kurzem eine neue Anlage für die Verpackung von Frischfleisch installiert. Mit ihr verringert sich der Kunststoffeinsatz gegenüber der bisher üblichen Variante deutlich. Der Verpackungsanteil aus Karton mit allen Angaben zum Produkt lässt sich dabei einfach getrennt vom Plastik recyceln. Eine ähnliche Methode nutzt Bell Deutschland schon seit Längerem erfolgreich für die Steaks der Marke «Gourmet naturel».

Und auch Eisberg arbeitet an der Plastikreduktion. Hier sind unter anderem die Schalen für die «Elefant Bowls» geschrumpft, sodass pro Packung mehr als 20 Gramm PET weniger zum Einsatz kommen. Und das, obwohl die Bowls jetzt sogar mehr Inhalt haben als zuvor.

Gleichzeitig setzen die Geschäftsbereiche und Divisionen natürlich auch gesetzliche Anforderungen zur Kunststoffreduktion um. So hat etwa das EU-Verbot von Plastik-Einwegbesteck, das seit 2021 gilt, schon vorab den sogenannten «Göffel» – die Kombination aus Gabel und Löffel – aus allen für Coop hergestellten Fertiggerichten von Hilcona, Eisberg und Sylvain & CO verboten. Allein Hilcona spart damit rund drei Tonnen Plastik jährlich ein.



Beim «Poulet in der Bratfolie» hat Bell Schweiz die bisherige Kombination aus Schaumschale, Bratbeutel und einem zusätzlichen Folienbeutel durch eine umweltfreundlichere Pappschale und Backofenfolie ersetzt. Damit hat sich der Kunststoffeinsatz bei diesem Produkt um 39 Prozent reduziert.

Auch umweltfreundlichere Materialalternativen, die sich einfacher recyceln lassen, tragen zur Kunststoffreduktion bei. Hier setzen bereits einige Bereiche der Bell Food Group Schalen und Umverpackungen auf Papierbasis statt Varianten aus Plastik ein.

Recycling ist dann auch das zweite wichtige Thema für mehr Nachhaltigkeit. Hier geht es sowohl darum, dass entsorgte Verpackungen bestmöglich wiederverwertet werden können, als auch darum, recycelte Materialien zu nutzen.

«Damit aus weggeworfenem Kunststoff neue Verpackungen entstehen können, spielen sowohl der Ausgangsstoff als auch die gewissenhafte Trennung von Materialien eine grosse Rolle», erläutert Samuel Widmer. «Denn je sauberer die einzelnen Komponenten voneinander getrennt werden, desto besser gelingt die Rückgewinnung.»

Daher setzt sich die Bell Food Group dafür ein, dass Verpackungen aus wenigen verschiedenen Materialien bestehen und sich etwa Folien, Schalen und Pappbänderolen gut voneinander lösen lassen.

Auch der Anteil an recyceltem Kunststoff steigt bei den Verpackungen in der Unternehmens-



gruppe. So bestehen Schalen für Salate und Müslis zum Beispiel von Hilcona und Eisberg heute schon zu grossen Teilen aus sogenanntem «rPET». Das ist Kunststoff, der aus eingesammelten gebrauchten PET-Flaschen gewonnen wird.

Hügli hat in Sachen Wiederverwertbarkeit quasi den Königsweg gewählt: Bereits seit Jahren verpacken die Convenience-Experten zahlreiche Foodservice-Produkte in der Gastronorm-Schale. Diese weltweit gebräuchlichen Behälter in Standardküchenmassen können von den Gastronomen nach dem Erstgebrauch immer wieder verwendet werden – wovon sie gerne Gebrauch machen.

Und auch an innovativen Lösungen wird stetig gearbeitet. So sind bei Eisberg faserbasierte Salatschalen in der Entwicklung, und Sylvain & CO testet den Einsatz von Verpackungen aus Abfallprodukten der Rohrzuckerherstellung. • mr

Bei Eisberg besteht aktuell bereits etwa ein Drittel der Kunststoffschalen zu 90 Prozent aus «rPET». Bei der Herstellung dieses recycelten Kunststoffs werden mehrere energieintensive Schritte übersprungen, was die CO₂-Emissionen verringert.



Karton und Plastik lassen sich getrennt recyceln.

Jubiläen

LOOK! gratuliert den Jubilaren von März bis Mai 2021

Bell Schweiz

20 Dienstjahre

Olivier Fraquelli, 28. Februar, Bell Schweiz, Basel (*Nachtrag*)

Thierry Guillod, 28. Februar, Bell Schweiz, Basel (*Nachtrag*)

Thilagaratnam Kanagaratnam, 28. Februar, Bell Schweiz, Basel (*Nachtrag*)

Monika Meier, 28. Februar, Bell Schweiz, Zell (*Nachtrag*)

Arul Barathi Yoganathan, 28. Februar, Bell Schweiz, Zell (*Nachtrag*)

Wolfgang Schuler, 1. März, Geiser AG, Schlieren

Amin Bentoumi, 11. März, Bell Schweiz, Basel

Fabienne Blachier, 18. März, Bell Schweiz, Basel

Jean-Francois Rohmer, 18. März, Bell Schweiz, Basel

Ghislain Agbessi, 31. März, Bell Schweiz, Basel

Martial Daudry, 31. März, Bell Schweiz, Cheseaux

Eric Haffner, 31. März, Bell Schweiz, Basel

Philippe Wicky, 31. März, Bell Schweiz, Basel

Albert Wiesler, 31. März, Bell Schweiz, Basel

Puvaneswaran Sellappah, 1. April, Bell Schweiz, Zell

Stéphane Ballet, 8. April, Bell Schweiz, Basel

Maria De Sousa Quaresma Longa, 9. April, Bell Schweiz, Oensingen

Werner Schnider, 15. April, Bell Schweiz, Zell

Divo Pascal Schmitt, 16. April, Bell Schweiz, Basel

Syzana Hasani, 18. April, Bell Schweiz, Zell

Kalaiarasy Vigneswaran, 18. April, Bell Schweiz, Zell

Frédéric Frontera, 30. April, Bell Schweiz, Basel

Jeevan Kandiah, 30. April, Bell Schweiz, Zell

William Maache, 30. April, Bell Schweiz, Basel

Gilles Rietsch, 30. April, Bell Schweiz, Basel

Cedric Schlosser, 30. April, Bell Schweiz, Basel

Alexandrina Rodrigues Silva, 6. Mai, Bell Schweiz, Oensingen

Satkunadevi Rajendra, 28. Mai, Bell Schweiz, Zell

25 Dienstjahre

Marc Pierre Betscha, 29. Februar, Bell Schweiz, Basel (*Nachtrag*)

Michel Lerch, 29. Februar, Bell Schweiz, Oensingen (*Nachtrag*)

Andre Tschirhart, 3. März, Bell Schweiz, Basel

Mathieu Doppler, 5. März, Bell Schweiz, Basel

Arsim Halitaj, 13. März, Bell Schweiz, Basel

Christophe Bertrand, 31. März, Bell Schweiz, Basel

Sylvain Gayon, 31. März, Bell Schweiz, Basel

Kabemba Kabongo, 31. März, Bell Schweiz, Basel

Decantinho Nombasi, 31. März, Bell Schweiz, Basel

René Schwab, 1. Mai, Bell Schweiz, Oensingen

Ali Mehdi, 19. Mai, Bell Schweiz, Zell

30 Dienstjahre

Pascale Muller, 28. Februar, Bell Schweiz, Basel (*Nachtrag*)

Suthakaran Kathiravel, 1. April, Geiser AG, Schlieren

Urs Tresch, 21. April, Bell Schweiz, Oensingen

Savo Palackovic, 9. Mai, Bell Schweiz, Oensingen

Urs Scheidegger, 12. Mai, Bell Schweiz, Oensingen

35 Dienstjahre

Thierry Litschig, 10. März, Bell Schweiz, Basel

Patrice Dontenville, 31. März, Bell Schweiz, Basel

Cornelia Schaub, 13. April, Bell Schweiz, Basel

Francois Vidale, 4. Mai, Bell Schweiz, Basel

40 Dienstjahre

Beat Meier, 20. April, Bell Schweiz, Oensingen

Daniel Strub, 20. April, Bell Schweiz, Basel

Silvio Strub, 20. April, Bell Schweiz, Oensingen

45 Dienstjahre

Esther Christ, 19. April, Bell Schweiz, Basel

Pensionierungen

Jean-Claude Hoang, 27. Februar, Bell Schweiz, Basel (*Nachtrag*)

Axel Wisser, 27. Februar, Bell Schweiz, Basel (*Nachtrag*)

Shehize Bajrami, 30. März, Bell Schweiz, Oensingen

Régine Hoferlin, 30. Mai, Bell Schweiz, Basel

Frühpensionierungen

Thomas Morgenthaler, 30. März, Bell Schweiz, Oensingen

Urs Scheidegger, 30. März, Bell Schweiz, Oensingen

Gilbert Pahud, 29. April, Bell Schweiz, Cheseaux

Stefano Marzano, 29. April, Bell Schweiz, Basel

Bell International

20 Dienstjahre

Céline Boyer, 1. März, Bell Frankreich, Teilhède

Gabriele Krammer, 1. März, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt

Guilherme Martins, 1. März, Bell Frankreich, Teilhède

Josef Baier, 13. März, Frisch Express GmbH, Pfaffstätt

Sadat Shaqiri, 6. April, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt

Anne Fabre, 26. April, Bell Frankreich, Teilhède

Bahrige Agushi, 2. Mai, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt

Rémi Gerin, 2. Mai, Bell Frankreich, Teilhède

25 Dienstjahre

Maria Brand, 18. März, Bell Deutschland, Harkebrügge

Agnes Gerdes, 18. März, Bell Deutschland, Harkebrügge

Andrzej Kostecki, 31. März, Bell Polen, Niepołomice

Martine Blanchard, 9. April, Bell Frankreich, St. Symphorien

Kazimiera Kutek, 14. April, Bell Polen, Niepołomice

Stefan Fugel, 15. April, Bell Deutschland, Harkebrügge

Helga Horn, 6. Mai, Bell Deutschland, Harkebrügge

Martin, Wieborg, 16. Mai, Bell Deutschland, Harkebrügge

30 Dienstjahre

Jens Haken, 8. April, Bell Deutschland, Harkebrügge

Pensionierung

Anatolij Tschaban, 28. Februar, Süddeutsche Truthahn AG, Ampfing (*Nachtrag*)

Todesfall

Pascal Demolliens, 20. Februar, Bell France, Salaison Polette

Convenience

20 Dienstjahre

Thomas Kofler, 1. März, Hügli Österreich, Hard

Ralf-Peter Niedzwiedz, 1. März, Hügli, Radolfzell

Guenter Schett, 1. März, Hilcona AG, Schaan

Nobert Schreiner, 1. März, Hügli, Steinach

Harald Schunerits, 1. März, Hügli Österreich, Hard

Steffen Pusch, 5. März, Hügli, Radolfzell

Burhan Dikilitas, 12. März, Hilcona AG, Schaan

Andreas Geiser, 12. März, Hügli, Radolfzell

Bahrige Avduli, 26. März, Hilcona Gourmet SA, Orbe

Saban Abdiji, 1. April, Eisberg AG, Villigen

Alfredo Jose Dias Macieira, 1. April, Hilcona AG, Schaan

Gabriele Erne, 1. April, Hilcona AG, Schaan

Michael Falter, 1. April, Hügli, Radolfzell

Rudolf Fleisch, 1. April, Hilcona AG, Schaan

Thomas Schropfer, 1. April, Hilcona AG, Schaan

Carlos Almeida da Rocha, 2. April, Sylvain & Co SA, Essert-sous-Champvent

Alexander Schnitzer, 2. April, Hügli, Radolfzell

Bernadette Mouget Gaume, 9. April, Sylvain & Co SA, Essert-sous-Champvent

Domingo Danis Romero, 22. April, Hilcona AG, Schaan

Hermann Danner, 1. Mai, Inter-Planing, Langenhaslach

Peter Krätz, 1. Mai, Hügli, Radolfzell

Nexhmije Kryeziu, 1. Mai, Eisberg AG, Dällikon

Neven Prsa, 1. Mai, Hilcona AG, Schaan

Sevgi Sahin, 1. Mai, Eisberg AG, Dällikon

25 Dienstjahre

Acacio de Jesus Cortinhas Alves, 1. März, Eisberg AG, Dällikon

Luis Goncalves, 1. März, Hilcona AG, Schaan

Hannelore Homburger, 4. März, Hügli, Radolfzell

Julieta Dos Santos Pereira, 11. März, Hilcona Gourmet SA, Orbe

Tsering Rongpotsang, 1. April, Hilcona AG, Schaan

Nicole Bousedira-Block, 9. April, Hügli, Radolfzell

Cemil Yildiz, 15. April, Hilcona AG, Schaan

Maria Da Silva Azevedo Ferreira, 1. Mai, Hilcona Gourmet SA, Orbe

Arno Matz, 1. Mai, Hügli, Steinach

Yejamogan Ahrumukam, 2. Mai, Eisberg AG, Dällikon

André Julmi, 6. Mai, Eisberg AG, Dällikon

Andrea Siemann, 13. Mai, Hügli Österreich, Hard

Maria Filomena Saraiva Pinto, 27. Mai, Hilcona Gourmet SA, Orbe

Jürgen Hundt, 28. Mai, Hügli, Radolfzell

30 Dienstjahre**Enrico Meier**, 1. März, Hilcona AG, Schaan**Mustafa Dere**, 4. März, Hügli, Radolfzell**Cornelia Löhle**, 4. März, Hügli, Radolfzell**Ines Ilic**, 7. März, Hügli, Radolfzell**Kemal Keskin**, 13. März, Hügli, Radolfzell**Vera Gümüs**, 1. April, Hügli, Radolfzell**Obdulia Vidal Santos**, 1. April, Hilcona AG, Schaan**Paulo Oliveira Ferreira**, 1. Mai, Hilcona AG, Salez**Sivanesan Kasipillai**, 23. Mai, Eisberg AG, Dällikon**35 Dienstjahre****Irmgard Bauer**, 3. März, Inter-Planing, Langenhaslach**Norbert Lipp**, 1. Mai, Hilcona AG, Schaan**Pensionierungen****Norbert Karasek**, 30. November, Hügli Österreich, Hard (Nachtrag)**Richard Trithaler**, 31. Januar, Hügli, Radolfzell (Nachtrag)**Viktor Glasner**, 28. Februar, Hügli, Radolfzell (Nachtrag)**Lynne Chew**, 1. März, Hügli, Redditch**Paul Price**, 19. März, Hügli, Redditch**José De Matos Veiga**, 31. März, Eisberg AG, Dällikon**Ramon Quintans Santos**, 31. März, Hilcona AG, Schaan**Sonja Stillhard**, 31. März, Eisberg AG, Villigen**Gjergj Noshi**, 30. April, Eisberg AG, Dällikon**Manuela Rauter**, 30. April, Hügli Österreich, Hard**Sinnarasa Kathirgamu**, 30. Mai, Eisberg AG, Dällikon**Raimund Marchler**, 31. Mai, Hilcona AG, Schaan**Karl Romankiewicz**, 31. Mai, Hügli, Radolfzell**Frühpenionierungen****Bruno Jud**, 31. März, Hilcona AG, Schaan**Vinka Gasic**, 30. Mai, Bell Schweiz, Zell**Josef Lustenberer**, 31. Mai, Hilcona Gourmet SA, Orbe**Dauner Johannes**, 31. Mai, Hügli, Steinach**Todesfall****Atanas Gjorgiev**, 22. Februar, Hilcona Gourmet SA, Orbe

WETTBEWERBSFRAGE

Innovationen für Ihr Zuhause

Nicht nur wir bei der Bell Food Group haben gute Ideen, sondern auch ganz viele andere Menschen. Einige dieser guten Ideen helfen uns heute, unser Zuhause in Schuss zu halten: Ein pfiffiger Staubsaugerroboter? Eine elegante Küchenmaschine? Ein cleveres Bewässerungssystem für den Garten? Die Auswahl ist riesig – und mit etwas Glück besitzen auch Sie schon bald einen dieser Haushaltshelfer!

Wettbewerbsfrage:

Wofür steht die Abkürzung «EPIc»?

- A) Engaging people in creativity
- B) Excellent procurement in cooperation
- C) Engineering products in collaboration

Preise

1 × ein neues Gerät für Ihr Zuhause nach Wahl im Wert von EUR 400,-.

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

Teilnahmeschluss ist der 12. Juli 2021

Schicken Sie die Lösung zusammen mit Angabe Ihres Namens, Ihres (ehemaligen) Arbeitsorts und Ihres Arbeitgebers 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.



Die Bell Food Group bittet zu Tisch

Von klassisch bis kreativ

Zur Mittagspause in den Park, zum Abendessen auf den Balkon und am Wochenende mit Picknick-Rucksack in die Natur. All das wird mit steigenden Temperaturen jetzt wieder möglich. Passend dazu sorgen die Produktentwickler der Bell Food Group mit ihren vielfältigen Neuheiten für eine Extraportion kulinarische Frühlingsgefühle. • mr



Bell Deutschland: Schinken für Sportliche

Neben regelmäßigem Training benötigt der Körper zum Muskelaufbau auch die passende Ernährung. Mit einem hohen Eiweißgehalt und maximal drei Prozent Fett unterstützt der neue Abraham Sportler Schinken Aktive dabei, ihre Ziele zu erreichen. Die mild geräucherten Scheiben feierten bereits im vergangenen Jahr erfolgreich ihr Debüt. Mit Sportler-Schinken-Würfeln und -Streifen ergänzt Bell Deutschland seit März das Angebot.



Bell Schweiz: Cordon bleu viermal anders

Wer sich gerne zum Dahinschmelzen verführen lässt, sollte im Schweizer Handel nach den neuen Cordon bleus von Bell Ausschau halten. Den Anfang machte letzten Herbst die Sorte «Waldpilz», zu Jahresbeginn gefolgt von «Chili». Ende März kam «Feta & Olive» hinzu, und ab Mitte Mai ergänzt «Tomate & Basilikum» die Linie. Schnelles Zugreifen lohnt sich übrigens: Bis auf das «Appenzeller» Cordon bleu aus dem Standardsortiment sind die neuen gefüllten Schweine- und Pouletschnitzel als «Limited Edition» nur für kurze Zeit zu haben.

Bell Polen: drei Klassiker neu aufgelegt

Polnische Kunden, die ihre Charcuterie-Waren gerne frisch aufgeschnitten an der Metzgertheke kaufen, haben seit Kurzem drei neue Bell-Produkte zur Auswahl. Die jüngste Neuheit ist dabei magerer, geräucherter Lachsschinken, der Ende letzten Jahres in den Handel kam. Zuvor nahm Bell mit klassischem Kochschinken und der ursprünglich aus Litauen stammenden Presswurst «Kindziuk» zwei weitere traditionelle Spezialitäten in das Bedienthekensortiment auf.



Hilcona: Foodservice sorgt für kreative Pastaküche

Die Foodservice-Kunden von Hilcona können ihren Gästen in Sachen Pasta wieder viele neue Kreationen anbieten. Dazu gehören die drei trendigen Innovationen «Ravioli Ginger Lentil», «Ravioli Integrale» und «Bio Ravioli Oriental». Alle drei Sorten sind mit Hülsenfrüchten gefüllt und unterstützen so eine bewusste Ernährung. Gleiches können auch die neuen Bio-Vollkornfusilli für sich in Anspruch nehmen. Reich an Ballaststoffen eignen sie sich beispielsweise ideal als ausgewogenes Mittagessen in der Schul-



mensa. Ausserdem hat Hilcona auch an Gäste gedacht, die auf Weizenteigwaren verzichten wollen: Damit sie trotzdem in ihrem Lieblingsrestaurant Pastagerichte geniessen können, gibt es im Foodservice-Sortiment jetzt auch Rigatoni mit den Zutaten Mais- und Kichererbsen-

mehl. Für zusätzliche Inspiration sorgt Hilcona zudem mit vielfältigen Rezeptideen, die die Einführung der Neuheiten begleiten.



Eisberg Schweiz: frühlinghafte Buddha Bowls

Zum Start in die warme Jahreszeit animiert Eisberg die Schweizer Kunden mit drei neuen Buddha Bowls, sich wieder etwas leichter zu ernähren. Die Sorten «Pastrami Salad», «Grillgemüse mit Feta» und «Karma Protein Power» sind ab Ende April bei Coop zu haben. Perfekt für den schnellen Lunch – egal ob im Büro oder im Homeoffice.



Eisberg Schweiz: Gemüsemix für die Vegiküche

Wenig Zeit zum Kochen und trotzdem Lust auf frische Zutaten? Die neuen Gemüse-mischungen «Ratatouille Mix» und «Curry Mix» von Eisberg erfüllen beide Wünsche auf einmal. Das knackige Gemüse ist bereits kochfertig geschnitten und in einer Pappschale ansprechend angerichtet. Die perfekte Grundlage beispielsweise für leckere vegetarische oder vegane Gerichte.



Eisberg Ungarn: arabisch angehauchte, vegane Salatbowl

Seit März läutet Eisberg Ungarn mit einem Salathighlight aus dem Nahen Osten den Frühling ein. Die Bowl enthält neben Falafelbällchen, Humus und Sesamöl auch viele knackige Vitaminlieferanten wie Eisbergsalat, Karotten und Radicchio. Also einfach aufreissen und sogar am Schreibtisch ein gesundes Mittagessen mit arabischen Aromen geniessen.



Eisberg Österreich: Asia-Feeling im Alpenland

Mit zwei neuen Ready-to-heat-Gerichten holt Eisberg seit Anfang Februar asiatisches Flair nach Österreich. Das koreanische «Bulgogi» mit Reis und Rindfleisch und das aus Thailand stammende «Pad Thai» mit Reismudeln und Tofu haben die Convenience-Experten gemeinsam mit dem bekannten österreichischen Koch-Shootingstar Didi Maier entwickelt. Beide Varianten sind in der Mikrowelle oder in der Pfanne im Nullkommants erwärmt.

Eisberg & Hügli Österreich: erfolgreiche Kartoffelsalatkooperation

Die Zeit für die Zubereitung eines klassischen Kartoffelsalats können sich Gastronomen ab sofort sparen. Denn von Eisberg gibt es jetzt einen Premium-Kartoffelsalat nach traditioneller österreichischer Rezeptur. Zu seinen guten Eigenschaften gehört, dass er nur mit Kartoffelstärke gebunden ist und ohne Riboflavin als Färbemittel auskommt. Ebenfalls neu ist die Vertriebskooperation mit Hügli. Auf diese Weise können Foodservice-Kunden jetzt nicht nur den Kartoffelsalat, sondern auch viele weitere Eisberg-Produkte gleich beim Schwesterunternehmen mitbestellen.



Hügli: clevere Gerichte im Beutel

Genau abgestimmt auf den aktuellen Lifestyle sind die neuen Convenience-Gerichte im praktischen Standbodenbeutel von Hügli. Die «Bio-Express-Salate» können dabei direkt verzehrt werden, die «Bio-Express-Gerichte» und das «Express-Risotto» sind im Handumdrehen warm gemacht. Die drei Sortimentskategorien, die Hügli dem Handel derzeit als Eigenmarkenprodukte anbietet, verfügen jeweils über mehrere leckere Varianten.



Hügli: konzentrierter Geschmack

Fond und Bouillons wie frisch zubereitet – ob für eine Suppe oder zum Würzen, die fünf neuen Konzentrate aus dem Premium-Sortiment von Hügli sind in der Profiküche vielfältig einsetzbar. Die Hühnerbouillon und die Rinderbouillon enthalten beispielsweise mehr als 60 Prozent Knochenbrühe und garantieren den Kunden so ein unverfälschtes Geschmackserlebnis.



Hügli: Lotti's Genuss für Spargelfans

Mit der Sauce Hollandaise der Hügli-Marke «Lotti's Hofküche» können Hofläden, Metzgereien und andere Händler ihren Kunden jetzt wieder die Spargelzeit veredeln. Die Sauce, bei der weder Konservierungsstoffe noch Geschmacksverstärker oder Farbstoffe zum Einsatz kommen, wird einfach im Topf oder in der Mikrowelle erwärmt und eignet sich sogar zum Gratинieren.



Hügli: Neuheiten für den Biofachhandel

Die «Löffelzeit-Familie» von «Eden – My Veggie Paradise» hat Anfang des Jahres mit den vier neuen Eintopfvarianten «Linsen», «Kartoffeln», «Gemüse» und «Erbsen» leckeren Zuwachs bekommen. Gleichzeitig hat Hügli die Suppenmalzeiten zum Aufwärmen jetzt auf Single-Grösse gebracht. Zudem präsentieren sich seit Kurzem auch die «Eden Säfte» im frischen neuen Look der ältesten vegetarischen Marke der Welt.



Vier Rohschinkenklassiker als neue Linie bei Bell in der Schweiz

REZEPTE GEGEN FERNWEH

Alle, die schon viel zu lange nicht mehr verreist sind, nimmt Bell Schweiz jetzt zumindest kulinarisch mit auf einen Kurztrip. Die vier traditionellen Rohschinken aus Deutschland, Frankreich, Spanien und Italien eignen sich dabei nicht nur als leckeren Brotbelag, sondern – wie LOOK! zeigt – auch für kreative Rezepte. • *mr*

Jetzt auch bei Bell in der Schweiz: Schinken in der praktischen Faltpackung

Das neue Schinken-Quartett von Bell kommt erstmals in der cleveren Faltpackung daher. Sie ist leicht, wiederverschliessbar und auch noch besonders nachhaltig. Denn durch den sparsameren Materialeinsatz im Vergleich zu herkömmlichen Verpackungen kann der Kunststoffverbrauch mit ihr um die Hälfte reduziert werden.

Dieses Konzept bewährt sich bei den deutschen Kunden schon seit 2008. Mit steigenden Absatzzahlen bis auf aktuell rund 60 Millionen Packungen pro Jahr ist die Faltpackung seither stetig auf Wachstumskurs. Nun wird durch die Zusammenarbeit der Bell-Kollegen aus beiden Ländern in der Schweiz das nächste Kapitel dieser Erfolgsgeschichte aufgeschlagen.

Spargelrisotto mit Schwarzwälder Schinken



Zutaten für 2 Personen

- 500 g grüner Spargel (in ca. 4 cm lange Stücke geschnitten)
- 1 Zwiebel (gewürfelt)
- 100 g Schwarzwälder Schinken
- 20 g Butter
- 200 g Risotto-Reis
- 650 ml Gemüsebouillon
- 1 Packung Sauce Hollandaise
- 30 g Parmesan (gerieben)

Zubereitung: Die Butter in einer Pfanne schmelzen und zunächst die Zwiebeln, dann den Risotto-Reis darin andünsten. Etwa 100 ml Bouillon einrühren und auf mittlerer Hitze unter Rühren einkochen lassen. Restliche Bouillon nach und nach dazugießen und immer wieder einkochen lassen. Nach 10 Minuten die Spargelstücke hinzufügen und weitere 10 Minuten köcheln lassen, bis der Reis gar ist. Zum Schluss den Schinken in Streifen schneiden und unterheben. Die Sauce Hollandaise in einem Topf erwärmen, Parmesan unterrühren und zum Risotto servieren.

Schwarzwälder Schinken

Die berühmte süddeutsche Rohschinkenspezialität ist von Hand gesalzen, über Tannenhölzern aus dem Schwarzwald kaltgeräuchert und vollendet gereift. Er trägt das EU-Siegel der «geschützten geografischen Angabe».

Galette mit Jambon d'Auvergne, Ziegenkäse und Birne

Zutaten für 2 Personen

- 1 Packung Mürbeteig
- 1 Birne (geschält und in dünne Streifen geschnitten)
- 100 g Crème fraîche
- 1 Ziegenkäse
- 1 Packung Jambon d'Auvergne
- Salz und Pfeffer

Zubereitung: Den Mürbeteig auf einem Backblech mit Backpapier auslegen. Die Crème fraîche darauf verstreichen und einen breiten Rand lassen. Anschliessend den Teig mit Birne und Schinken belegen, den Ziegenkäse darauf verteilen und den Belag mit Salz und Pfeffer würzen. Zum Schluss den Rand des Mürbeteigs umklappen und die Galette bei ca. 180°C Umluft für 30 Minuten backen.

Jambon d'Auvergne

Diese Schinkenspezialität aus der Auvergne ist am Fusse der Vulkane mindestens acht Monate lang luftgetrocknet, was ihr ihr typisches Aroma verleiht.



Schweinemedallions mit Prosciutto crudo und Salbei



Zutaten für 2 Personen

- 6 Schweinemedallions
- 6 Scheiben Prosciutto crudo
- 1 Bund Salbei
- 30 g kalte Butter
- 75 ml trockener Weisswein
- Salz und Pfeffer
- Zahnstocher

Zubereitung: Schweinemedallions mit Pfeffer würzen. Die Schinkenscheiben der Länge nach falten und je zwei Salbeiblättern um die Medallions wickeln. Mit einem Zahnstocher fixieren. Die Medallions in etwas Olivenöl von beiden Seiten je 4–5 Minuten braten. Aus der Pfanne nehmen und warm stellen. Den Bratensatz mit Weisswein ablöschen und stark einkochen. Die Pfanne vom Herd nehmen und die Butter in Flöckchen sorgfältig unterrühren. Den entstandenen Fleischsaft ebenfalls in diese Sauce giessen und sie mit Salz und Pfeffer würzen. Die Medallions mit der Sauce servieren.

Prosciutto crudo

Eine Langzeitreife von elf Monaten, die Herstellung nach traditionellem Rezept und die Kombination aus Salz, Luft und Sonne verleihen diesem Schinken seinen von einer leichten Süsse geprägten Geschmack.

Salat mit Serrano-Schinken und karamellisierten Pfirsichen



Zutaten für 2 Personen

- 1–2 Pfirsiche (gewaschen und in Scheiben geschnitten)
- 1 Packung Serrano-Schinken
- 200 g Blattsalat (gewaschen und klein gezupft)
- 1 Handvoll Kirschtomaten (halbiert)
- 20 g Zucker
- 20 g Butter
- Etwas Olivenöl
- Balsamico-Creme
- Salz und Pfeffer

Zubereitung: Den Salat mittig auf einen Teller legen und die Tomaten ringsherum verteilen. Die Butter in der Pfanne schmelzen und den Zucker darin hellbraun karamellisieren. Die Pfirsiche dazugeben und von beiden Seiten kurz anbraten. Danach die Pfirsiche und den Serrano-Schinken auf dem Salat verteilen und alles mit Salz und Pfeffer würzen. Zum Schluss den Salat mit Olivenöl und Balsamico-Creme beträufeln.

Serrano-Schinken

Der in der iberischen Sierra luftgetrocknete und mindestens 16 Monate gereifte Serrano-Schinken der höchsten Güteklasse «Gran Reserva» überzeugt mit seinem vollen Aroma und der typischen leicht nussigen Note. Er trägt das EU-Siegel «geschützte traditionelle Spezialität».

Eine kleine Kräuterkunde

Für jeden Geschmack ist ein Kraut gewachsen

Darf es süsslich, scharf oder lieber säuerlich sein? Spezialist Gebhard Längle von Hügli stellt Kräuter für jeden Gaumen vor. Denn Basilikum, Petersilie oder Rosmarin sind bei Speisen oft das Tüpfelchen auf dem i.

So entfalten Kräuter ihr volles Aroma

Wer mit frischen Kräutern kocht, sollte zweierlei beachten.

1. Richtig zerkleinern: Benutzen Sie zum Schneiden ein scharfes Messer. So behält das Kraut sein Aroma. Wird es zerquetscht, gehen die ätherischen Öle verloren.

2. Die richtige Temperatur: Viele Kräuter mögen es nicht heiss. Basilikum und Bärlauch zum Beispiel sollte man nicht zu lange erhitzen. Thymian hingegen kann gut von Anfang an mit in den Topf. Andere Kräuter wie Dill oder Schnittlauch sollte man gar nicht kochen.



Gebhard Längle, Culinary Advisor bei Hügli Steinach

Geht es um Kräuter, kommt Gebhard Längle ins Schwärmen. Früher war er Küchenchef, als Culinary Advisor bei Hügli trägt er heute dazu bei, das Kräutersortiment zu gestalten. Mit Hügli schreibt er damit die Kräutergeschichte weiter, die im Grossraum Bodensee bereits im 9. Jahrhundert begonnen hat. Auf der Insel Reichenau gediehen damals im Klostergarten Salbei, Dill, Kerbel, Kreuzkümmel, Koriander und viele mehr. Die Insel liegt auf Luftlinie zwischen den Hügli-Standorten Steinach (SG) und Radolfzell (DE), wo die Kräuter abgefüllt werden. Für das LOOK! verrät Gebhard Längle seine Tipps und Tricks zu sechs beliebten Kräutern. • 15



Für die Gastronomie hat Hügli einen echten «Kräutergarten» im Angebot.



Petersilie

Die Petersilie ist ein Tausendsassa. Sie ist würzig, leicht scharf und hebt den Geschmack allgemein. Sie passt zu Kartoffeln, Schmorgerichten und in jeden Eintopf. Petersilie ist in Deutschland das Würzkräut Nummer 1, aber auch in der mediterranen Küche nicht wegzudenken. Wer für einen Hingucker sorgen will, macht ein Petersilienöl. Dazu die Petersilie in Öl frittieren, in ein natives Olivenöl (oder ein hochwertiges Rapsöl) geben und fein mixen. So erhält man ein satt grünes Öl, mit dem man etwa einen Frühlingsalat garnieren kann. Es eignet sich auch wunderbar für Salatsaucen.



Thymian

Klein, aber oho. Die winzigen, elliptischen Blättchen des Thymians sind kräftig würzig, leicht scharf und ein wenig bitter. Thymian passt ideal zu Knoblauch, Oliven, mediterranem Gemüse, reichhaltigen Schmorgerichten und Hülsenfrüchten. Der Geschmack von Thymian ist nicht dominant, sondern unterstützend. Ein Geheimtipp ist der Zitronenthymian, der gelbliche Blätter besitzt und zitronig schmeckt. Er ist zudem dezenter als die gewöhnliche Sorte. Da Thymian recht fest ist, sollte er fein geschnitten werden.



Sauerampfer

Der Sauerampfer ist säuerlich und erfrischend im Geschmack. Er eignet sich für einen feurigen Wildsalat oder kann zu einer Suppe verarbeitet werden. Sauerampfer ist in der französischen Küche beliebt. Dank dem säuerlichen Geschmack ist er eine feine Alternative zu Zitrone oder Essig, zum Beispiel in einer Salatsauce.



Rosmarin

Rosmarin schmeckt leicht bitter, harzig und ist dominant. Er passt zu Fleisch (besonders zu Lamm), Fisch, Salaten, Suppen und Pilzen. Mit Rosmarin lässt sich eine leckere Würzbutters zubereiten. Dazu den Rosmarin fein schneiden und zusammen mit Zwiebeln dünsten. Dann die Butter aufschlagen (zum Beispiel mit dem Schwingbesen rühren) und alles mischen. Mit der Rosmarinbutter kann man Fleisch und Pilze anbraten – oder man serviert die Butter klassisch dazu.



Bärlauch

Wenn er wächst, ist der Frühling wieder da. Bärlauch schmeckt scharf und nach Knoblauch. Mit Öl, Pinienkernen und Parmesan lässt sich ein Bärlauchpesto zubereiten. Beliebt ist auch die Bärlauchsuppe. Bärlauch eignet sich zudem hervorragend für Spätzli oder Omeletten. Einfach Bärlauch mit Öl pürieren und zum Teig hinzugeben. Übrigens: Wem Knoblauch zu intensiv ist, der kann es mit Bärlauch versuchen. Denn das Kraut schmeckt etwas weniger stark.

Basilikum

Der Klassiker aus der italienischen Küche schmeckt leicht scharf, frisch und süsslich pikant. Sein asiatischer Verwandter, das Thai-Basilikum, ist etwas schärfer. Insalata caprese oder Bruschetta, Tomatensauce oder Pesto: Hier gehört Basilikum eigentlich immer dazu. Doch Basilikum passt auch wunderbar zu Fisch und zu hellem Fleisch. Und es harmoniert auch mit Süsseem. Versuchen Sie zum Beispiel mal Erdbeeren mit Basilikum und schwarzem Pfeffer.



Hilcona-Pasta ist «Produkt des Jahres 2021»

Ausgezeichnetes Original

Ein authentischer Look, zarte Pasta und eine cremig-aromatische Füllung – dieser gelungene Mix brachte den «Ravioli Ricotta di Bufala e Spinaci» von Hilcona das Siegel «Produkt des Jahres 2021» ein. Die Spezialität war bei der Branchenauszeichnung, die die führende Fachzeitschrift «Lebensmittel Praxis» alljährlich auslobt, der Pastasieger in der Kategorie «Chilled Food».

Laut der Verbraucherbefragung der «Lebensmittel Praxis» sind die Ravioli mit der leckeren Füllung aus Spinat und Büffelmilchricotta besonders überzeugend hinsichtlich Qualität und Glaubwürdigkeit. Damit treffen sie genau den Geschmack der teilnehmenden Verbraucher.

«Wir nehmen diese Auszeichnung mit grosser Freude entgegen», sagt Markus Amann, Leiter der Unternehmenskommunikation bei Hilcona. «Besonders stolz sind wir, dass unsere «Ravioli Ricotta di Bufala e Spinaci» in allen abgefragten Bereichen überdurchschnittliche Testergebnisse erzielt haben und so als das am besten bewertete Pastaprodukt aus der Umfrage hervorgegangen sind.»

Die «Lebensmittel Praxis» gehört zu den wichtigsten Fachzeitschriften der Branche in Deutschland. Mit dem Preis «Produkt des Jahres» ermittelt sie bereits seit über 20 Jahren die Meinung von Verbrauchern zu Produkten aus mehr als 40 Warengruppen. Zu den Preisträgern gehören auch regelmässig Produkte aus der Bell Food Group,

die dann mit dem auffälligen Label auf der Verpackung den Blick der deutschen Kunden auf sich lenken.

Aufmerksamkeit erhält die Pastaspezialität von Hilcona aber nicht nur durch die renommierte Auszeichnung. Die gesamte

Range, die bisher «Pasta Tradizionale» hiess, erhält im Rahmen des Markenrelaunchs 2021 unter dem Motto «Originale mit Besserer-Versprechen» einen neuen Namen und eine frische Optik.

Das in «Hilcona Originale» umbenannte Sortiment spiegelt jetzt noch mehr denn je die Wirkung «wie handgemacht» und damit das Qualitätsversprechen der Liechtensteiner wider. Dazu trägt nicht zuletzt das überarbeitete Verpackungsdesign bei, das sich jetzt unter anderem

mit einem prominenteren Markenlogo, Abbildungen von frischen Zutaten und einer Packpapieroptik präsentiert.

Neben den «Ravioli Ricotta di Bufala e Spinaci» gehören auch die Sorten «Ravioli Carne al Vino Rosso», «Tortelli Pesto Basilico» und «Tortelloni Prosciutto Crudo e 4 Formaggi» zu der erfolgreichen Range. Sie hat nicht nur kürzlich die Teilnehmer an der «Produkt des Jahres»-Befragung überzeugt. Sie kann laut des Marktforschungsinstituts AC Nielsen mit 27 Prozent Zusatzkäufen bei Kategorieverwendern und 6,5 Prozent Neukäufern auch ein deutliches Umsatzplus verzeichnen. • mr

Die Ravioli überzeugen besonders mit Qualität und Glaubwürdigkeit.

