

LOOK!

Personeelsmagazine van de Bell Food Group

02 2021

***In het begin was
er vuur?***

**BELL
FOOD
GROUP**





Inhoud

Uit de onderneming

4 Veel passie, trots en diepe wortels

Interview met voorzitter van de raad van bestuur Joos Sutter

8 Overall gebeurt er iets

Eerste bedrijven vieren TopX-mijlpaal

Een overzicht

10 Bioplastic, Papier, Onverpakt? Digitaal!

Zo wordt LOOK! in de toekomst verstuurd

Werken bij de Bell Food Group

12 «We zijn trots, onze worst wordt verkocht»

Aspirant-vleesspecialisten gaan aan de slag

Omslagverhaal

14 In het begin was er vuur?

Koken: een verrijking sinds mensenheugenis

Wij mensen maken het verschil

18 Tijd, toewijding en veel creativiteit

Werknemers van de Bell Food Group over het onderwerp «koken»

Onze smaakvolle wereld

20 Hiervoor werd vuur ontdekt

De geschiedenis in met de Bell Food Group

Jubileums

26 Jubileums

LOOK! feliciteert de jubilarissen van juni tot augustus 2021

Wedstrijd

29 Win een Bell Food Group-geschenkmand

Wedstrijdvraag

Duurzaamheid en innovatie

30 Recyclen in plaats van weggooien

Hoe de Bell Food Group voedselverliezen aanpakt

Zo gaat het met kwaliteit

32 Gouden lente voor Bell Deutschland

Uitstekende rauwe ham

Veelzijdiger dan ooit tevoren

Beste medewerkers

We zitten midden in het barbecueseizoen – al zou het weer zich wel wat meer van zijn zonnige kant mogen laten zien. Ik hoop dat u uw grill toch uit zijn winterslaap hebt kunnen halen. Persoonlijk kunnen noch temperaturen onder het vriespunt noch grijze wolken mij van de BBQ weghouden, maar ik moet toegeven dat het in de zomer bij 25 graden veel aangamer is om te barbecueën.

Het barbecueseizoen is een belangrijke en intense periode voor alle divisies van de Bell Food Group. Dit komt ook tot uiting in ons uitzonderlijk grote, gevarieerde en diverse barbecue-assortiment, dat ook dit jaar weer een groot aantal innovatieve nieuwe producten bevat. De trendy plantaardige worstjes van Green Mountain zijn bijvoorbeeld zo'n nieuwigheid. Zij onderstrepen de omvang van ons assortiment, tonen de innoverende kracht van onze groep en zijn ook qua smaak volledig overtuigend.



Het maakt niet uit of u, gewaardeerde werknemers, maïs roostert, hamburgers omdraait of plantaardige worstjes roostert op uw grill thuis. We eten wat we lekker vinden. Logisch dus dat wij als Bell Food Group het volledige gamma aanbieden en elke dag opnieuw aantonen dat onze producten in het middelpunt van het bord staan en dat ook het middelpunt van de barbecue niet aan ons voorbij kan gaan. Dat is waar we thuishoren – en dat is waar we elke dag voor werken.

Een belangrijke bouwsteen voor het waarmaken van deze belofte, en een onderwerp dat mij persoonlijk zeer na aan het hart ligt, is de opleiding van leerlingen. Wij moeten erin slagen de trots op ons vak en de passie voor genieten

en eten van hoge kwaliteit door te geven aan de volgende generatie en jonge mensen warm te maken voor ons beroep. Een goed voorbeeld van hoe we dit voor elkaar krijgen is de «Super Griller». De grillworst is ontwikkeld en geproduceerd door onze leerling-vleesspecialisten in de vleeswarenproductie van Bell Schweiz in Basel. Het resultaat is een echt goede, heerlijke en perfect gemaakte worst. Wij mogen trots zijn op zo'n product, zo'n idee en zulke geweldige leerlingen, en ik dank u daarvoor!

Een dikke pluim gaat ook naar de mensen die verantwoordelijk zijn voor de opleiding. Zij hebben dit project in de eerste plaats mogelijk gemaakt en hebben met hun initiatief een voorbeeld gesteld, niet alleen binnen de Bell Food Group maar ook naar buiten toe. Op die manier leveren zij een belangrijke bijdrage aan het wekken van de belangstelling van jongeren voor een opleiding bij ons. Bedankt voor de enorm waardevolle inzet!

Als we het over inzet en passie hebben, mag Hansueli Loosli niet onvermeld blijven. Na meer dan tien jaar als voorzitter van de Raad van Bestuur te hebben gewerkt, heeft hij op 23 maart 2021 zijn ambt overgedragen aan zijn opvolger. Namens de Bell Food Group wil ik Hansueli bedanken voor zijn waardevolle strategische werk en voor zijn visionaire houding en steun. Tegelijkertijd wil ik Joos Sutter welkom heten als onze nieuwe voorzitter. Joos Sutter kent de Bell Food Group al heel goed en heeft als lid van de Raad van Bestuur al een actieve rol gespeeld bij het uitzetten van de strategische koers. Ik wens jou, Joos, ook veel plezier en succes bij de Bell Food Group.

Met dit in gedachten, beste medewerkers, wens ik u een goed zomerseizoen en vele gezellige uurtjes aan uw barbecue!

Lorenz Wyss

Voorzitter van het Groepsmanagement



Interview met voorzitter van de raad van bestuur Joos Sutter

Veel passie, trots en diepe wortels

Foto: Heiner H. Schmitt

Joos Sutter is voorzitter van de raad van bestuur van de Bell Food Group sinds maart 2021. In een interview met LOOK! spreekt hij over de cultuur van de groep, de toekomst van de onderneming en hoe men succes viert en van mislukkingen leert.

Nadat u in 2020 tot de raad van bestuur van Bell Food Group bent toegetreden, vervangt u in maart 2021 Hansueli Loosli als voorzitter. Wat heeft u doen besluiten om uzelf beschikbaar te stellen voor de raad van bestuur? Joos Sutter: eerst en vooral is het voor mij een grote eer en een enorm genoegen om te zetelen in de raad van bestuur van zo'n succesvolle en traditionele onderneming als de Bell Food Group.

De Bell Food Group is een belangrijke, reeds lang bestaande leverancier en partner voor de moederonderneming Coop. De onderneming omvat alles van vlees en vis tot kant-en-klare producten en salades. Bovendien is Coop een waardevolle, ervaren categoriepartner. Met dit in gedachten, was de beslissing duidelijk voor mij.

Wat was uw ervaring met de Bell Food Group voordat u toetrad tot de raad van bestuur? Ik heb haar altijd als zeer oplossingsgericht ervaren. Een onderneming met een

sterke cultuur, een enorme innovatiekracht en een grote inzet om elke dag het verschil te maken.

«De Bell Food Group is oplossingsgericht en heeft een sterke cultuur.»

U noemde de sterke cultuur. Hoe zou u de cultuur van de Bell Food Group omschrijven?

Veel van de merken van de Bell Food Group zijn traditionele merken met sterke wortels. Maar de onderneming heeft ook nieuwere gebieden met veel pioniersgeest. Dit merken we ook bij onze werknemers. Wanneer je de productiefaciliteiten bezoekt, kunnen we zien hoeveel trots en passie de werknemers in hun vak steken. Ze hebben veel plezier in wat ze doen. Ze houden van eten, en ze houden ervan om mensen te laten genieten.

Wat heeft de meeste indruk op u gemaakt of u het meest verrast gedurende deze periode? Vooral in de laatste maanden rond corona was ik zeer aangenaam verrast dat we erin geslaagd zijn om ondanks de moeilijke situatie in de hele groep een consistente levering te handhaven. Er was een grote mate van flexibiliteit en een enorme inspanning van alle werknemers nodig.

Hoe denkt u dat de situatie gaat zijn na corona? Ik denk dat de horeca vrij snel zal herstellen. De behoeften van de klanten zullen niet veranderen na corona. Mensen

willen andere mensen ontmoeten, ze willen reizen, ze willen genieten. En in deze situatie, wie het best voorbereid is op deze verandering terug naar «normaal», wint. Waarschijnlijk hebben we nog nooit van nul kunnen beginnen zoals nu. Wie hier het best van start gaat en daarna uithoudingsvermogen toont, heeft ongelooflijk veel kansen. De kaarten worden opnieuw geschud.

Laten we nu eens wat verder in de toekomst kijken. Waar ziet u de Bell Food Group over tien jaar? Vooral met het oog op de omvangrijke investeringen in infrastructuur die de raad van bestuur heeft besloten uit te voeren? Ik zie hier duidelijk twee centrale bedrijfsdelen: vleesverwerking en kant-en-klare maaltijden. In Zwitserland zijn we op beide gebieden al toonaangevend. We willen dit in de toekomst handhaven of zelfs uitbreiden.

Door de komende tien jaar in Oensingen te investeren, scheppen we de voorwaarden om ons duidelijk staande te houden tegenover de concurrentie. Een grote mate van efficiëntie is noodzakelijk, want ook in

Over de persoon

Joos Sutter (57) is getrouwd en heeft drie kinderen. Zijn vrije tijd brengt hij graag met zijn gezin door in de natuur met vissen en skiën. Hij werkt sinds 2005 bij de Coop Group. Van 2011 tot 2021 was Sutter voorzitter van het management van Coop, en sinds maart 2021 is hij voorzitter van de raad van bestuur van de Coop Group en de Bell Food Group.

Zwitserland zal de prijsdruk toemen. Wij zijn goed gepositioneerd in de hamsector en we zijn sterk genoeg voor een verdere stijging van de omzet.

«Ik was vooral onder de indruk van de passie en de trots van de werknemers.»

Buiten Zwitserland hebben de investeringen in Marchtrenk en Bad Wünnenberg voor ons de basis gelegd om ook in Europa een sterke kant-en-klaar-pijler op te bouwen. Nu moeten we ons aan onze klanten bewijzen.

We willen de beste zakenpartner zijn, waar we ook actief zijn. Om dit te bereiken hebben we een reeks diensten nodig, een sterke aanwezigheid en creativiteit, en natuurlijk een marktconforme prijs. Afhankelijk van waar we ons bevinden, zijn consumenten prijsgevoeliger of vragen ze om producten met toegevoegde waarde. We moeten naar onze klan-

ten luisteren en aan deze eisen voldoen, zowel internationaal als lokaal.

Veel van onze werknemers bezitten ook aandelen in de Bell Food Group. Welk advies kunt u onze aandeelhouders geven?

We hebben duidelijke doelstellingen op het gebied van rendement. Deze doelstellingen moeten worden gehaald. Op bepaalde markten hebben we dit reeds bereikt, op andere moeten we dit nog bereiken. Uiteindelijk is de koers van het aandeel sterk afhankelijk van het rendement, de groei en de inhoud van de onderneming. En daarin worden we allemaal uitgedaagd.

Wat is er volgens u nodig om deze doelen te bereiken? We kunnen zoveel strategieën hebben en zoveel investeringen doen als we willen, maar uiteindelijk zijn het de werknemers die bepalend zijn voor het succes. Zij hebben de Bell Food Group in het verleden reeds succesvol gemaakt, en ook het toekomstige succes zal op hen gebaseerd zijn.

Als we ons blijven inzetten voor de onderneming en open blijven staan voor verandering, dan ben ik ervan overtuigd dat we dit samen kunnen bereiken. Ik reken op ieder van hen, en de werknemers kunnen ook op mij

rekenen. Ons gezamenlijk succes is gebaseerd op een goed evenwicht tussen steun en uitdaging.

Welke veranderingen kunnen de werknemers in de toekomst verwachten? De richtingen op het gebied van vleesverwerking en kant-en-klare maaltijden zijn duidelijk vastgesteld. We hebben enorm geïnvesteerd in de ontwikkeling van de Bell Food Group. We hebben dus veel middelen gecreëerd, die nu goed moeten worden gebruikt.

Veranderingen moeten echter van binnen de teams komen, en dit is een uitdaging voor iedereen, zowel voor de werknemers en het management als voor het uitvoerend bestuur en de raad van bestuur. Veranderingen komen niet tot stand door wind in de rug, maar door de mensen die de veranderingen bevorderen.

Is er ook iets dat u absoluut zou willen behouden voor de toekomst van de Bell Food Group? Onze cultuur moet absoluut behouden blijven. Deze moet blijven bloeien en gekenmerkt worden door ambacht en innovatie.

Vlees verwerken is een prachtig ambacht dat bewaard moet blijven. Hoewel de vleesconsumptie stagneert, is er nog steeds een enorm potentieel op de markt. We moeten gewoon beter zijn dan de concurrentie. En daarvoor is een sterke identificatie met het ambacht nodig.

Anderzijds is er veel dynamiek in de sector voor kant-en-klare maaltijden, vooral wat betreft vegetarische of veganistische producten en vleesalternatieven. Openstaan en nieuwe dingen proberen is hier van cruciaal belang.

En er zijn niet alleen de «innovatoren» en de «traditionalisten». Om beter te zijn dan onze concurrenten, hebben we creatieve mensen nodig die hun vak kennen. Daar zijn creatieve doeners voor nodig. Innovatie is een leerproces, en om het op gang te brengen, moeten we het gewoon doen.

Bent u zelf een doener? Ik ben in mijn loopbaan betrokken

geweest bij vele projecten, waarbij ik successen heb gevierd en van mislukkingen heb geleerd. Mijn weg en mijn successen zijn zeker ook gebaseerd op het feit dat ik veel heb aangepakt en in de praktijk heb kunnen brengen.

Wat maakt volgens u een goede werknemer, afgezien van de kwaliteiten van een doener?

Natuurlijk bestaat er niet zoiets als het model van een werknemer. Dat zou uiterst saai en onrealistisch zijn. Centraal staat eerder het team, afzonderlijke individuen die elkaar aanvullen. Om te kunnen functioneren, moet een team absoluut gemeenschappelijke waarden hebben, anders gaan de mensen niet in dezelfde richting. Bovendien heeft het team steeds nieuwe impulsen en de openheid nodig om veranderingen te aanvaarden en iets nieuws te proberen.

Ten slotte zijn er ook supervisors nodig die duidelijk kunnen communiceren en duidelijke doelen kunnen stellen.

Ze pakken successen aan. Hoe viert u successen, en hoe gaat u om met mislukkingen? Successen zijn altijd het resultaat van een team, en niet van een individu. Daarom moeten we iedereen laten deelnemen. Het is zeker ook belangrijk om even de tijd te nemen en samen een succes of een fase te vieren alvorens over te gaan naar de volgende.

Mislukkingen moeten naar mijn mening duidelijk worden aangepakt. Mislukkingen op zich zijn geen probleem. Waar gewerkt wordt, gebeuren fouten. Het wordt pas problematisch wanneer mislukkingen worden voortgezet zonder te worden opgelost. En om dat te doen, moet men gaan zitten, het probleem tot op de bodem uitzoeken, en vervolgens (dit is het belangrijkste vanuit mijn standpunt) er onmiddellijk op terugkomen en actie ondernemen. Vaak wordt een oplossing niet onmiddellijk gevonden, maar pas gaandeweg.

Hoe dan ook, succes in onze sector is alleen mogelijk wanneer de consumenten tevreden zijn. Uiteindelijk beslissen zij.

Dat is een goede binnenkomer. Tenslotte zijn we allemaal klanten, en bij de Bell Food Group staat lekker eten centraal bij alles wat we doen. Wat zet u op tafel, of in de zomer op de barbecue, als u zichzelf op iets heel lekkers wilt trakteren? Lamsgigot op de barbecue of spareribs. Ik hou van eenvoudig eten, bijvoorbeeld met aardappelen op de barbecue, groenten van de plancha en een goede Merlot. Of ook soms vis; een zelfgevangen forel op de barbecue is natuurlijk de kers op de taart! • sh

«Verandering komt voort uit de mensen die het bevorderen.»



Foto: Heiner H. Schmitt

Eerste bedrijven vieren TopX-mijlpaal

Overal gebeurt er iets

Drie vestigingen van de Bell Food Group hebben dit voorjaar reeds de eerste TopX-mijlpaal bereikt. Een goede reden voor de teams om hun successen wat te vieren. Daarbij werd voor alle betrokkenen en verantwoordelijken nog eens duidelijk zichtbaar, op hoeveel gebieden het verbeteringsproces reeds zijn sporen heeft nagelaten.



Net zoals bij Hilcona deelde Volker Baltes ook in de andere vestigingen die de eerste TopX-mijlpaal behaald hadden, persoonlijk de Award uit aan het team.

In april en mei sleepte Volker Baltes, hoofd van de afdeling Convenience bij de Bell Food Group, gelijk drie keer een glazen Award in de wacht en kwam hij goed op weg om teams te eren, die iets bijzonders bereikt hadden: de eerste TopX-mijlpaal.

Zijn traject bracht hem tot Hilcona in Schaan, tot Eisberg in Dällikon en tot Hügli in Radolfzeil. De drie productiebedrijven behoorden tot de eersten die vorig jaar in september deelnamen aan het TopX-traject. Vervolgens volgden de twee Basler-vestigingen, Charcuterie en Seafood van Bell Schweiz, alsook het productiebedrijf van Bell Deutschland in Seevetal. In de eerste fase gaat het erom de belangrijkste actievelden voor de vestiging in kwestie te identificeren en focusprojecten met verbeteringspotentieel vast te leggen.

De resultaten van dit werk konden de eerste drie vestigingen dit voorjaar presenteren. Het begon voor Hilcona bij één van de focusprojecten, namelijk de stijging van de marge bij de verwerking van aardappelen. Door kortere damp tijden was er beduidend minder afval van schillen. Een leuk gevolg: de oorspronkelijk verwachte besparingen konden wel drie keer overtroffen worden.

Hügli in Radolfzell presenteerde de gasten van de Award-uitkering onder meer het slimme idee van Hussein Ahmed Mahmood, dat in het kader van een verbeteringsproject met het team uitgevoerd werd. Een haak aan de glaslijn zorgt voor een correcte dekselgeleiding, wat stilstand van de installatie minimaliseert. Uit proeven van de eerste tests is intussen een professioneel onderdeel ontstaan, dat de deksels stevig op de lijn houdt.

Bij Eisberg stond de paprika in het middelpunt van een focusproject. Door een beter hoeveelheidsmanagement bij de voorbereiding van de kleine peulen werden stilstandtijden van de lijn door ontbrekende toevoer eveneens gereduceerd, tevens werd de hoeveelheid paprika's, die in het magazijn nutteloos lagen te wachten om verwerkt te worden, gereduceerd. Een oplossing die de vestiging nu ook voor andere rauwkost wil inzetten.

«Het is zeer fijn om te zien hoe positief TopX op de werkplaats wordt aanvaard», zegt Alexander Duss, Hoofd van het Top Excellence Programma bij de Bell Food Group. «Nu al zien we dat overal daar waar met de methode gewerkt wordt, duurzame oplossingen ontstaan.»

Dat doet niet enkel de verantwoordelijken een plezier maar ook de betrokkenen in de productie, die bij het vieren van de mijlpalen met grote trots hun onderscheidingen aannamen. • *mr*

Vervolgens identificeren de vestigingen de belangrijkste handelsgebieden.



«Achter deze stap schuilt zich een echte cultuurommezwaai. In het begin was de grootste uitdaging om te begrijpen, welke weg TopX ons wou leiden. Mettertijd werd deze weg ons steeds duidelijker, en

intussen heeft iedereen begrepen dat TopX een ware ondersteuning en kans is voor ons verbeteringsproces. Daarom kan ik vandaag zeggen, dat alle teams in alle afdelingen daarop zeer gretig voortzetten.

Boris Halna du Fretay, Hoofd van Productie en Infrastructuur bij Eisberg Schweiz



«Het is een zeer leuk gevoel met ons focusproject tot het behalen van de eerste TopX-mijlpaal bij te dragen. We kijken er vooral naar uit, terwijl we daarop met ons meer dan 30 jaar bewezen proces niet gerekend hadden, dat we ons doel uiteraard kunnen bereiken. Dat we het intussen zelfs overtroffen hebben, is een prestatie van het volledige team en het motiveert ons om de aardappelverwerking ook in de toekomst verder te optimaliseren.»

Dennis Czech, Projectleider aardappelen bij Hilcona in Schaan



«Bij de rondgang op onze vestiging naar aanleiding van de Award-uitreiking is ons voor de eerste keer zo duidelijk geworden, waar TopX intussen overal voor veranderingen gezorgd heeft. Tijdens gesprekken met

ploegchefs en andere betrokkenen hoor ik steeds opnieuw dat het verbeteringsproces nu al de stemming onder de collega's verandert en het samenhangsgevoel versterkt.»

Andreas Reuss, Hoofd Productie bij Hügli in Radolfzell

ONVERPAKT? DIGITAAL!

PAPIER, BIOPLASTIC,

Zo wordt LOOK! in de toekomst verstuurd



LOOK! wordt ook in de toekomst in plastic folie verstuurd. Daarom is er nu een extra digitale uitgave van het personeelsmagazine. Waarom eco-plastics, papieren enveloppen of onverpakte verzendingen geen alternatieven zijn en hoe u zich digitaal op LOOK! kunt abonneren, leest u hier.

Voor het grote publiek heeft plastic momenteel een bijzonder slechte reputatie. Plastic verpakkingen die in zee rondobberen en dieren verstikken met de dood tot gevolg zijn beelden die ons terecht wakker schudden.

Vandaag de dag is plasticfolie de beste verpakkingsoplossing voor LOOK!.

zich aan de plasticfolie waarin het personeelsmagazine verstuurd wordt. Zij wilden alternatieven zoals papieren

enveloppen of eco-plastic, of waren te vinden voor een oplossing zonder verpakking.

Na een grondig onderzoek van de alternatieven wordt LOOK! vanaf nu in plastic verpakt en verstuurd – maar in de toekomst zal het magazine ook digitaal beschikbaar zijn (zie de infoboxen rechts). • sh

Plastic ja, maar ...

Plastic wordt pas een probleem wanneer het niet op de juiste manier weggegooid of hergebruikt wordt. Wanneer plastic blijft liggen, verandert het vroeg of laat door wind, weer of UV-straling in microplastic. Gooi de folie rond het tijdschrift daarom op een correcte manier weg, of hergebruik het bijvoorbeeld als kruidenzakjes of als vuilniszakje voor onderweg.



Zonder verpakking

Verzendingen zonder verpakking zouden in principe mogelijk zijn, maar dit is voor een tijdschrift als LOOK!, dat naar ongeveer 15 verschillende landen wordt verzonden, niet haalbaar door de verschillende postvereisten van de exportbedrijven.

Bovendien zou het adres op de achterkant van het tijdschrift moeten worden gedrukt in plaats van op de verpakking, wat extra blanco pagina's zou opleveren.

Composteerbaar eco-plastic

Volgens Guido Fuchs, projectleider duurzaamheid bij Coop en expert op het vlak van bioplastic, is «composteerbaar» plastic slechts beperkt composteerbaar: «In de composthoop worden de folies <dood> materiaal. De micro-organismen breken het plastic wel af, maar daarbij ontstaat enkel water en CO₂. In grote hoeveelheden verstoort het zelfs het proces omdat het geen <voeding> biedt.» Biofolie gooi je daarom beter bij het restafval.

Bovendien zijn bioplastics meestal gebaseerd op maïs- of aardappelzetmeel en concurreren zij dus met de voedselproductie.

Papier

Uit studies van de Zwitserse federale laboratoria voor materiaalonderzoek en -controle (EMPA) is gebleken dat verpakkingen van kunststoffolie een ongeveer 20 procent betere ecologische balans hebben dan verzendingen in enveloppen.

Ook WWF besluit: «Tijdschriftverpakkingen van HDPE-folie presteren vanuit milieuoogpunt aanzienlijk beter dan verpakkingen van biofolie en dan enveloppen van gerecycleerd papier.»

Hoewel de hernieuwbare grondstof hout als bron voor de envelop dient, worden bij de productie ervan meer energie, water en chemicaliën verbruikt. Bovendien is een papieren envelop zwaarder dan plastic folie, waardoor er bij het transport meer CO₂ ontstaat.

LOOK! digitaal

Bij gebrek aan echte alternatieven wordt LOOK! voorlopig nog in plastic folie verstuurd. Bovendien zal het tijdschrift vanaf nummer 03/21 ook in digitale vorm beschikbaar zijn. Lezers die geen gedrukt tijdschrift meer wensen, worden per mail op de hoogte gebracht van de nieuwe uitgaven. Zij kunnen dan het tijdschrift lezen of downloaden via het LOOK!-platform en hun abonnement wijzigen. Het platform zal in september online beschikbaar zijn. Vanaf dan kunt u zich per mail aanmelden voor de digitale versie. Ga naar look.bellfoodgroup.com om te weten te komen wie u moet aanspreken om naar de digitale LOOK! over te schakelen.



look.bellfoodgroup.com

Aspirant-vleesspecialisten gaan aan de slag

«We zijn trots, onze worst wordt verkocht»

Met de Super Griller verkoopt Bell voor het eerst bij Coop een product dat door studenten is ontwikkeld. Maar het gaat om meer dan een braadworst. Dankzij het initiatief achter de Super Griller kunnen leerlingen hun creativiteit tonen en zich verder verdiepen in het traditionele slagersvak.



Alles over de Super Griller

Dit is de Super Griller: een worst gemaakt door studenten.

Zo smaakt ze: sappig, knapperig, kruidig, fijn.

Ingrediënten: het beste varkensvlees, kalfsvlees, melk, kaas en gekookte hamblokjes, spinazie, gemengde kruiden.

Vervaardiging: De studenten produceren de Super Griller zelfstandig in hun opleidingswerkplaats.

Bereiding: haal de worst ten minste 30 minuten voor de bereiding uit de koelkast. Grill of bak op matig vuur gedurende 7 minuten per kant.

Hier is ze te verkrijgen: Tijdens het barbecue-seizoen in bijna 400 Coop-winkels in Duitstalig Zwitserland.



Meer info:
Bell.ch/supergriiler



De worst van de studenten overtuigt bij de degustaties.

Deze worst is speciaal. Ja, ook omdat ze lekker smaakt. Maar bovenal: Ze is ontwikkeld en vervaardigd door Bell-studenten. Deze worst wordt sinds begin mei in 400 Coop-winkels in Duitstalig Zwitserland verkocht. Maar hoe is ze tot stand gekomen? In de zomer van 2020 kwamen de aspirant-vleesspecialisten en -vleesassistenten voor een workshop bijeen in de opleidingswerkplaats in Bazel. Het thema: Hoe combineren we kwaliteitsingrediënten? De studenten verfijnden het beste varkensvlees met kalfsvlees en melk en voegden kaas en hamblokjes en een beetje spinazie toe. En zo was het eerste ontwerp van de smaakvolle worst van de studenten klaar.

De worst wist onmiddellijk te overtuigen bij de daaropvolgende proeverijen bij Bell Schweiz. Of het nu bij het verkoop- en productmanagement is of bij de raad van bestuur. Het werd snel duidelijk dat de worst van de studenten voor grotere dingen bestemd was. En zo kwam men tot het plan om ze tegen het barbecuseizoen van 2021 bij Coop aan te bieden. Super Griller, zo zou ze heten.

Terug naar de oorsprong

Voor Arnaud Kauffmann, procesmanager rauwe en gebroide worst in Bazel, telt het initiatief achter de Super Griller nog meer dan de worst zelf: Sinds een jaar komen de studenten van de vestiging in Bazel ongeveer om de twee maanden samen om hun eigen producten te ontwikkelen. «De studenten zijn dagelijks nauw betrokken bij de productie. Tijdens onze workshops kunnen ze creatief zijn en dieper ingaan op de traditionele slagerskunst», zegt Arnaud Kauffmann, die het initiatief heeft gepromoot.

Een eigen kleine fabriek

Onlangs lanceerde Daniel Troxler, hoofd verpakking zelfbediening, een gelijkaardig project op de vestiging in Oensingen. Vroeger deden de studenten hier vooral één ding: uitbenen. Dat wil zeggen, ze sneden stukken vlees in stukken. Sinds februari 2021 voeren de aspirant-slagassistenten en een toekomstige vleesspecialist dagelijks alle werkfasen uit. 's Morgens ontbenen ze het varkens-, rund- en kalfsvlees en maken het klaar

voor opslag. Dan maken ze panklare producten: Hamburgers, blinde vinken, cordons bleus. En ze maken hun eigen creaties, bijvoorbeeld de opleidingsspiessli, die gemaakt zijn van in blokjes gesneden varkensnek en uien. «De studenten runnen nu hun eigen kleine fabriek waar ze het vlees van A tot Z verwerken. Van het hele dier tot de toonbank», legt Troxler uit.

Wie met Arnaud Kauffmann en Daniel Troxler praat, merkt als snel hoe enthousiast ze zijn over de initiatieven. En ook de studenten waarderen de nieuwe

mogelijkheden. «We zijn er gewoon allemaal trots op dat een worst die we zelf hebben gemaakt, wordt verkocht», zegt Gian Knöpfli, tweedejaarsstudent slagerij bij EFZ in Bazel.

«Gemaakt door onze studenten»

Het label «Gemaakt door onze studenten» overkoepelt de projecten in Bazel en Oensingen. De Super Griller en de studentenproducten die aan het personeel in Oensingen worden verkocht, krijgen het label. Trouwens: De opbrengst van de Super Griller komt opnieuw de studenten ten goede, aangezien ze wordt geïnvesteerd in hun opleiding. En wie weet, misschien maken de studenten wel de volgende worst, spies of hamburger die zo lekker is dat hij in de schappen van de Coop terecht komt. • 15



Koken: een verrijking sinds mensenheugenis

IN HET BEGIN WAS ER VUUR?

Tussen de eerste stukjes vlees die boven het vuur sisten en de verfijnde lekkernijen die de moderne keuken ons biedt, liggen anderhalf miljoen jaar – en heel wat mijlpalen. In het recente verleden heeft de Bell Food Group ook een rol gespeeld in de evolutie ervan, met verscheidene bijdragen aan de geschiedenis van het koken.

In het begin was er vuur? Als het gaat om de eerste pogingen om te koken, is dat niet helemaal waar. Er zijn inderdaad bewijzen dat de vroege mens al op hete bronnen kookte voordat de Homo erectus vuur leerde beheersen. Dergelijke bronnen waren echter slechts op enkele plaatsen beschikbaar.

Dus het was toch vuur dat voor de doorbraak zorgde. Een groot voordeel voor onze voorouders. Hun voedsel werd niet alleen beter verteerbaar en langer houdbaar, naast vlees en fruit konden ze plotseling ook veel andere, voorheen oneetbare dieren en planten aan hun menu toevoegen.

Als vaten gebruikte de vroege mens alles wat de natuur hen bood.

Als vaten werd gebruikt wat de natuur bood, bijvoorbeeld mosselschelpen of struisvogeleieren. De mens uit het Stenen Tijdperk maakte ook de eerste potten van klei. De revolutie kwam rond 3000 v. Chr. met de uitvinding van de pottenbakkersschijf. Vanaf dan kon men keramische vaten in

grote hoeveelheden produceren, wat koken en bewaren veel gemakkelijker maakte.

Ook met kruiden lieten onze voorouders uit het Stenen Tijdperk zich van hun creatieve kant zien. Om hun gerechten te verfijnen, gebruikten ze bijvoorbeeld wilde komijn of knoflook. De Romeinen en vervolgens, vanaf de eerste eeuw n. Chr., de specerijenhandelaren droegen bij tot de verspreiding van vreemde specerijen in de door hen veroverde gebieden. Die brachten de felbegeerde ingrediënten naar Europa via de handelsroutes vanuit het Verre Oosten en West-Indië.

Restaurants aanvankelijk alleen voor mannen
Gezamenlijke maaltijden waren al een oerbehoefte voor de vroege mens, maar het plezier van buitenshuis eten danken wij ook aan de Romeinen. In Pompeii vonden archeologen bewijs van zo'n 150 eetgelegenheden – en zelfs een fastfoodrestaurant. Er werden echter alleen mannen toegelaten, aangezien de muurschilderingen in deze cafés vaak erotische scènes toonden.

De tavernes en herbergen uit de Middeleeuwen en de Renaissance worden beschouwd als de voorlopers van de moderne restaurants. Die lagen vaak langs veel gebruikte wegen, waar

1,5 MILJOEN JAAR GELEDEN

Wist u dat ...

... de mensen in het Stenen Tijdperk aanvankelijk op toevalligheden vertrouwden om een vuur te stoken? Zo leverde een blikseminslag in een boom hen een brandende tak of wat sintels op.



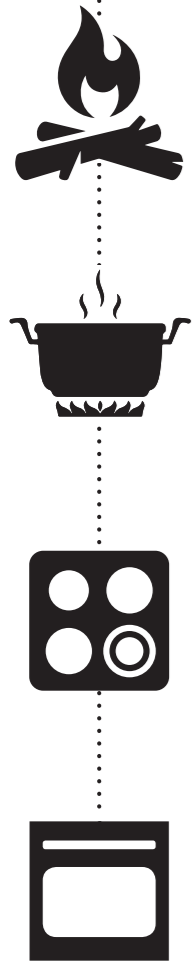
... het woord «restaurant» komt van het Franse «se restaurer», wat «uitrusten» betekent? Aanvankelijk werd een versterkende bouillon een «restaurant» genoemd, totdat de term gangbaar werd voor herbergen.

... het eerste elektrische fornuis werd gepresenteerd op de Wereldtentoonstelling van Chicago in 1893? Het duurde echter tot de jaren 1930 voordat het op grote schaal werd toegepast, deels vanwege het gebrek aan elektriciteit in de woningen.



VANDAAG

... er tegenwoordig ovens met camera's bestaan? Die camera's dienen niet per se om de taart te zien bakken vanuit uw luie zetel. Ze helpen de oven het voedsel dat wordt gebakken te herkennen, waardoor hij de gebruiker het juiste programma kan voorstellen.



zij de reizigers uitnodigden even uit te rusten. Het menu was zeer duidelijk: Meestal was er gewoon één dagschotel.

De verspreiding van restaurants kon niet meer worden gestopt toen de Franse Revolutie leidde tot de afschaffing van de gildenwet voor de horeca, die tot dan toe zorgde voor een strikte scheiding tussen gaarkeukens en pasteibakkerijen. Door de afschaffing van deze regel konden restaurants hun gasten nu een grotere verscheidenheid aanbieden. En vaak met de beste kwaliteit. Want aan het vuur stonden koks die vroeger de edelen hadden bediend.

Natuurlijk bleef dat succesvolle concept niet beperkt tot Frankrijk. Vanaf de 19e eeuw verspreidde de restaurantcultuur zich over het hele continent – aanvankelijk voor gasten met hoge verwachtingen en een goed gevulde portemonnee, later ook voor de doorsnee Europeaan.

Trouwens: het oudste nog bestaande restaurant ter wereld bevindt zich niet in Frankrijk, maar in Spanje: Het Restaurant Botin serveert zijn gasten al sinds 1725 zonder onderbreking op dezelfde locatie – deze onafgebrokenheid heeft het zelfs een vermelding in het Guinness Book of Records opgeleverd.

Het oudste nog bestaande restaurant bevindt zich in Madrid.

al sinds 1725 zonder onderbreking op dezelfde locatie – deze onafgebrokenheid heeft het

zelfs een vermelding in het Guinness Book of Records opgeleverd.



Iets later, maar des te sneller, kwam de catering buitenshuis in de VS tot ontwikkeling. Uit de eerste restaurants van het einde van de 19e eeuw, die aanvankelijk meestal in hotels waren geïntegreerd, ontwikkelden zich in de daaropvolgende decennia de keten- en fast-foodconcepten, die zich zoals bekend over de hele wereld hebben verspreid.

Leden van de Bell Food Group zijn trendsetters

Maar terug naar Europa: tegen het einde van de 19e eeuw begonnen ook de eerste leden van de Bell Food Group een stem te krijgen in de ontwikkeling van de eetcultuur. En dat met een groot bereik: terwijl Samuel Bell de technische vooruitgang onder meer gebruikte om vlees duurzamer te maken en zo de consumptie te stimuleren, had het Hügli-merk Eden een totaal andere aanpak: Het ontstond in 1893 met de

oprichting van een fruitteeltkolonie door een groep overtuigde vegetariërs in de buurt van Berlijn. Lang voordat het afzien van voedsel van dierlijke oorsprong een trend werd.

Als oudste vegetarische merk ter wereld lanceerde het met «gezonde kracht» het eerste vleesvervangende product, en de eerste zuiver plantaardige margarine zonder gehydrogeneerde plantaardige vetten, conserveringsmiddelen of additieven in Duitsland.

Net als vele andere gebieden van het leven, heeft ook de voedselbereiding geprofiteerd van de industrialisatie. Het Convenience-tijdperk was aangebroken – en aansluitend bij de nieuwe levensstijl in de jaren van het Wirtschaftswunder, werd koken steeds gemakkelijker en sneller.

Eisberg bewees vanaf 1972 dat kant-en-klare levensmiddelen ook geschikt zijn voor

bewust eten, en beïnvloedde twee decennia later zelfs de eetgewoonten van een hele regio: Tot het begin van de jaren negentig waren Oost-Europeanen geen uitgesproken fans van salade. Ze aten hoogstens wat sla als bijgerecht. Met zijn kant-en-klare gemengde salades en veel overtuigingskracht wist het bedrijf ook Hongaren, Roemenen en Polen te overtuigen van de knapperige, frisse smaak. Vandaag is sla een modeproduct in de regio, en Eisberg profiteert van de toenemende vraag met een groeiende verkoop.

Maar ondanks alle moderne verwezenlijkingen rond voedsel: als we de barbecue of een kampvuur kunnen aansteken, zijn wij nog altijd even gefascineerd door de laaiende vlammen als de Homo erectus. • *mr*

Het Hügli-merk Eden is ontstaan in een fruitteeltkolonie in de buurt van Berlijn.

Van de eerste eethuizen in Pompeii, via traditionele huizen zoals Restaurante Botin in Madrid, tot Amerikaanse fastfoodketens, restaurants evolueren constant.

Vive la différence culinaire – visie van een kok

Door Roland Kalberer, culinair hoofd bij Hilcona

Wanneer Daniel Humm in New York en Andreas Caminada in Fürstentau in de Graubünden uitsluitend veganistische en vegetarische gerechten op de kaart zetten, dan betekent dat een culinaire aardbeving. De hele culinaire wereld houdt deze twee hotspots van de topkeuken in de gaten.

De pandemie stuurt een aantal zaken in andere richtingen, waaronder zeker ook de bewustmaking rond voedingskwesties. Het feit dat concepten zoals die van de twee topkoks daarbij op een positieve manier worden gevoed, is zeker een verheugend neveneffect.

Zelden heeft het wiel van de culinaire tijdgeest zo snel gedraaid als vandaag, en het oefent dan ook een krachti-

ge invloed uit op alle dienstverleners en ondernemers in de voedingssector en in de gastronomie.

Toonaangevende trends hebben zich altijd gedurende een langere periode op de markt bewezen. Sommige zullen over vele jaren nog tot bloei komen en opnieuw worden gepusht als de nieuwste hype.

Toen onze grootmoeders gebruik maakten van de culinaire omgeving, de tuin of de stal, had niemand het over streekgebondenheid. Korte afstanden, seizoensgebondenheid en het vermijden van voedselverspilling waren vanzelfsprekend, en kookkunst was dagelijkse kost.

Emoties hebben altijd een grote rol gespeeld als het gaat

om menselijke voeding. Van onze voorouders aan het open vuur tot de ambitieuze moleculaire koks van vandaag. Hoe verschillend de stimulans ook was of is, plezier en emotie spelen altijd een rol.

De algemene omstandigheden zijn echter op veel plaatsen veranderd. Terwijl enorme keukenploegen met hiërarchische structuren vroeger vanzelfsprekend waren in hotels, is zo'n groot personeelsbestand vandaag de dag de absolute uitzondering. Dit is precies waar de Convenience-sector een groot verschil heeft gemaakt, waardoor chefs zich op andere dingen kunnen concentreren, zoals het bedienen van gasten of het zoeken naar nieuwe lekkernijen.

Voor de gasten is de culinaire verscheidenheid gevarieerder dan ooit. Vandaag vindt iedereen zijn gading. Zij het in een alpenhut met een rijpe alpenkaas, goed brood en een glas cider. Of in een toprestaurant met een creatief meergangenmenu vergezeld van een Grand Cru.



«Bij onze grootmoeders was kookkunst dagelijkse kost.»

In ieder geval is het voor de schrijver moeilijk deze zo verschillende geneugten te evalueren. En dan liefst beide op dezelfde dag – vive la différence culinaire! Als ook rekening wordt gehouden met duurzaamheid en gezondheid – what else?

Werknemers van de Bell Food Group over het onderwerp «koken»

TIJD, TOEWIJDING EN VEEL CREATIVITEIT

Droomjob, tijdverdrijf, verruiming van de horizon, passie, afremming of zelfs gewoon een noodzakelijk kwaad? Koken betekent voor iedereen iets anders. LOOK! wilde weten en vroeg de werknemers hoe belangrijk koken in hun dagelijks leven is.



Sven Behrent

IT-medewerker bij Bell Deutschland in Seevetal

«Persoonlijk betekent koken veel voor me, maar genieten van de gerechten vind ik eigenlijk het leukst. Een goed gekookte maaltijd is voor mij een hoogtepunt, en een tweede portie kan er voor mij ook wel eens bij. Vooral in een gezin is het vaak een evenwichtsoefening tussen gezonde en lekkere gerechten. Dat is waar uw eigen creativiteit bijzonder nuttig is. Ook staan er regelmatig nieuwe recepten op het menu. Als we zelf koken, vinden we altijd een goed compromis dat iedereen smaakt. In deze tijd van online recepten en de modernste keukensnuffjes, zijn er geen gerechten meer die onmogelijk zijn.

Mijn geheime tip: Met knoflook en verse kruiden kan elk gerecht, hoe eenvoudig ook, worden verbeterd en tot iets bijzonders worden omgetoverd, zoals ossobuco alla milanese.»



Andreas Schönbauer

Productontwikkeling TK-Convenience bij Eisberg Österreich in Marchtrenk

«Koken is mijn passie. Het is voor mij een toegang tot verschillende culturen en landen van de wereld, India met zijn curry's, Israël met de Levantijnse keuken, Afrika en de «Braai» of de ceviche uit Peru.

Na een stressvolle dag op het werk, brengt koken me weer tot rust. Verse groenten in de pan doen, wat vlees of vis toevoegen, kort bakken en een beetje kruiden en dan gezellig samen eten.

Mijn persoonlijke geheime tip voor in de keuken: Thuis beperk ik de kruiden tot een minimum. Zout, peper en verse kruiden maken een vers gekookte maaltijd perfect voor mij.»



Francesco Poerio

Marketing Manager Food Industry bij Hügli in Steinach

«Er gaat niets boven goed, gezond eten! Dus is koken erg belangrijk voor ons als gezin. Vooral in het weekend vieren we het koken. Door de week denken we al na over wat we in het weekend kunnen proberen. We toveren dan gerechten uit verschillende streken van de wereld tevoorschijn, niet alleen voor onszelf, maar ook voor onze gasten.

Alle keukens van de wereld hebben hun charmes. We serveren regelmatig Indische, Aziatische en, als Italiaan, een lekker bord spaghetti met verschillende sauzen. In de zomer ook wel eens lekkere hamburgerrecepten op de barbecue. Een goede voorbereiding is het allerbelangrijkste. Die begint met de keuze van het recept en eindigt met de bereiding van de ingrediënten. Trouwens, er gaat niets boven verse kruiden!»



René Hunkeler

Hoofd personeelsrestaurant en lingerie bij Bell Schweiz in Zell

«Koken betekent veel voor me! Koken is een manier om uitdrukking te geven aan harmonie, geluk, schoonheid, magie, humor, provocatie en cultuur, en om het gekookte te verblijden met een aangename en blijvende ervaring. Mijn gedachten gaan eigenlijk de hele tijd over koken: Nieuwe dingen leren kennen, proeven, uitproberen en creëren en zo voortdurend je culinaire horizon verbreden. In mijn beroep is het immers een van mijn dagelijkse uitdagingen om verschillende smaken optimaal te combineren om de gasten een evenwichtig en harmonieus gerecht voor te schotelen.

Voor mij is creativiteit in de keuken een afremming; een goede maaltijd vergt tijd en toewijding. Bovendien moet het eten van hoge kwaliteit zijn; goede gerechten ontstaan op basis van goede ingrediënten. We moeten tijd maken voor de essentiële dingen in het leven, en voor mij hoort daar het waarderen van kwaliteitsvoeding en lekker eten bij.»



Christina Steiner

Medewerker bedrijfskosten bij Bell Schweiz in Oensingen

«Als geschoolde kok kom je nooit echt van je werk af. Het vergezelt iemand in het dagelijks leven en beïnvloedt voortdurend zijn visie op voedingskwesties. Nu ik niet meer professioneel achter het fornuis sta, leg ik thuis veel meer hart en ziel in mijn gerechten. Ik haal graag oude vaardigheden boven en verras mezelf af en toe als ik een romige béarnaisesaus of een perfect geflambeerde meringue heb klaargemaakt.

In onze eigen kleine slagerij heb ik de mogelijkheid om me te uiten in nieuwe vleeswarencreaties. Dit leidt tot nieuwe ideeën en een grote verscheidenheid aan ingrediënten voor de dagelijkse versnapering, van onze eigen huisgemaakte Waliserworst tot terrines en eenvoudige braadworst.

Om wat afwisseling in mijn dagelijkse routine te brengen, ben ik ook altijd op zoek naar inspiratie. We hebben allemaal wel ergens een stoffig kookboek liggen. Er zitten veel ideeën in verstopt die ons kunnen helpen om voor meer variatie te zorgen.»

«Als geschoolde kok kom je nooit echt van je werk af.»

De geschiedenis in met de Bell Food Group

Hiervoor werd vuur ontdekt

Samen zitten rond een knetterend vuur is een oerbehoefte die al meer dan een miljoen jaar van generatie op generatie wordt doorgegeven. Het maakt niet uit of het rond een authentiek kampvuur, of rond een moderne grasgrill is. Vuur heeft altijd een onweerstaanbare aantrekkingskracht.

De trend naar hoogwaardige grills en innovatieve apparatuur zet zich voort.

De grills zijn schoongemaakt, de roosters geschrobd, en de nieuwe digitale barbecuethermometer heeft de eerste kerntemperaturen al feilloos aangegeven. Kortom: Het barbecueseizoen is aangebroken en er staat weer van alles nieuws te wachten voor het zomerse festijn.

Wat barbecuegerechten en bijgerechten betreft, hebben de leden van de Bell Food Group weer heel wat in petto. Of het nu gaat om regenboogforel op cederhout, heerlijke salades, veganistische worstjes of een verfrissende ijsthee – met deze diverse nieuwigheden staat niets een urenlang smaakfestijn thuis of in de horeca in de weg.

Wat de bereiding betreft, zet de trend van hoogwaardige barbecues en innoverende apparatuur zich onverminderd voort. En zo vult het BBQ-assortiment, van balkon-gasbarbecues tot rookovens en van marinadespuiten tot pizzastenen, volledige afdelingen in de winkels.

Daarmee kunnen natuurlijk heel wat verfijnde barbecuegerechten worden bereid. Maar kan dat niet veel gemakkelijker?

Niet alleen Bell in Zwitserland speelt met zijn nieuwe reclamespot in op de fascinatie voor vuur. Steeds meer barbecueliefhebbers vallen terug op het volgende: «Back to the roots», en deze roots gaan terug tot in het Stenen Tijdperk, wanneer de mensen de eerste vuren in hun grotten maakten.

«Caveman Style» is daarom ook de methode waarbij de ingrediënten zonder rooster rechtstreeks op het vuur worden gelegd. LOOK! wilde weten of dit echt werkt en deed de zelftest. • *mr*



Het Caveman-menu

Voor 4 personen

Hoofdgerecht: Steak met groenten

2 dikke kogelbiefstukken (van ongeveer 400 g elk)
8 aardappelen (in aluminiumfolie)
4 grote uien (ongepeld)
4 rode puntpaprika's
Een bos lente-uitjes
Zout en peper

Zo maak je het:

Op een open vuurplaats of in een vuurschaal is het beter om te veel houtskool te hebben gloeien dan te weinig. Ze moeten lang blijven gloeien.

Als de kolen doorgloeien, leg dan de aardappelen aan de rand van het vuur. Blaas in het midden de as een beetje weg en leg het vlees – dat op kamertemperatuur moet zijn – direct op het vuur. Wees niet bang, het zal niet verbranden. Schroei nu de biefstukken aan beide kanten ongeveer vijf minuten dicht op het vuur en leg ze dan eventjes apart op een bord.

Nu worden de groenten erop gelegd: De aardappelen in folie en de uien liggen direct op het vuur, de paprika's en lente-uitjes liggen daarbovenop. Laat de biefstukken op dit bedje van groenten garen tot ze medium doorbakken zijn. Dit kan afhankelijk van de dikte van de stukken vlees 35 minuten of langer duren.

De beste manier om de gaarheid te controleren – de holbewoners zullen het ons vast wel vergeven – is met een vleesthermometer. Deze moet een kerntemperatuur van 55 °C aangeven.

De echte puristen kunnen ook de handbaltest gebruiken. Hiervoor breng je de duim en de middelvinger van één hand tegen elkaar. Het vlees moet even zacht zijn als de bal van de hand in deze positie.

Dessert:
Ananas uit het vuur

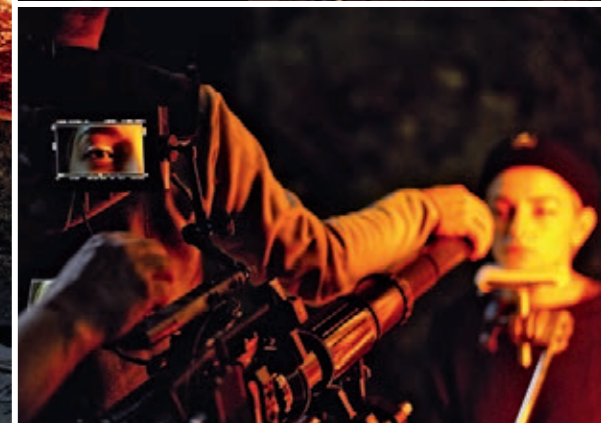
- 1 ananas
- Een beetje szechuanpeper
- 4 bolletjes vanille-ijs of een beetje vanilleroom

Zo maak je het

Leg de ananas direct in het vuur voor 20 tot 30 minuten en draai hem herhaaldelijk om totdat alle kanten lichtbruin zijn. Daarna eventjes laten afkoelen, schillen, de steel verwijderen en in schijven snijden. Bestrooi elke twee schijven met wat szechuanpeper en serveer met een bolletje vanille-ijs of een beetje vanilleroom en eventueel nog een paar bessen.



Tip: Voor de Caveman-methode kan ook droog hout worden gebruikt. Barbecuebriketten zijn ongeschikt vanwege het bindmiddel dat ze bevatten.



Reclameshoot onder
bijzondere omstandigheden

**Eigenlijk ...
gaat dat zo ook**

Redacteurs proberen normaal gesproken woordherhalingen te vermijden. Maar bijzondere omstandigheden vragen om bijzondere middelen. En met zo'n bijzondere omstandigheid hebben we hier te maken, om niet te zeggen een lastige situatie. De nieuwe tv-spot voor Bell's BBQ-campagne «Hiervoor werd vuur ontdekt» werd dit voorjaar in Zwitserland gemaakt onder uiterst lastige omstandigheden.

Eigenlijk – en dat brengt ons bij één van die woordherhalingen die we hier niet kunnen vermijden – zou deze reclamespot al worden opgenomen voor het barbecueseizoen van 2020. Maar toen kwam Corona – dat woord komt hier maar één keer in voor, beloofd – en werden alle

plannen uit het raam gegooid. Vluchten werden geannuleerd, grenzen gesloten en de filmlocatie in Slovenië was plots onbereikbaar

Dan misschien in het najaar, dachten de marketingverantwoordelijken Davide Elia en Nicole Schaad. Tegen die tijd zou de situatie toch eigenlijk terug normaal moeten zijn. Eigenlijk! We weten allemaal dat dat niet zo was.

Maar dit voorjaar zou het dan écht zo ver zijn. Polen werd als filmlocatie gekozen, omdat de productie maatschappij daar onder pandemische omstandigheden reeds goede ervaringen had opgedaan en de besmettingsgraad er op dat moment laag was.

Maar natuurlijk liep het anders: Het aantal nieuwe gevallen steeg weer, en vlak voor het filmen begon, ging Polen weer volledig in lockdown. Gelukkig had het zwaar beproefde projectteam voor elk scenario een plan B paraat.

En dus stuurde het alternatieve plan velen, die eigenlijk ter plaatse zouden zijn geweest, dan maar naar het thuiskantoor, waar zij de opnamen via videoconferentie konden begeleiden. Het viel niet mee om de setting van een scène of de styling van de acteurs op een laptopscherm te bekijken en wijzigingsverzoeken vanop afstand door te geven.

Wat ook een uitdaging was, waren de lange pauzes. Als je op de set bent, is er altijd wel wat te doen. In plaats

daarvan zat je nu thuis aan je bureau te wachten tot de dingen verdergingen – en in dit geval vaak 's nachts, wanneer je ogen andere dingen willen doen dan naar een scherm staren.

Maar ook voor het sterk uitgedunde team in Polen was deze opdracht allesbehalve normaal. Maskers dragen, koorts meten, afstand houden, en maar een beperkt aantal mensen tegelijk op de set. Er was veel improvisatietalent nodig.

In het spotje is niets te merken van de omstandigheden en de afstand het die de makers zo moeilijk maakten. In tegendeel: Het vertelt een verhaal van samenhang, van eenvoudige geneugten en van het vuur dat iedereen verenigt.

Een beetje verrast door haar eigen conclusie, zei Nicole Schaad, hoofd van Marketing Services: «Zo gaat het ook!» Maar eigenlijk zou iedereen er de volgende keer weer live bij willen zijn. • *mr*

Het resultaat van de opname onder uitzonderlijke omstandigheden is hier te zien:
<https://www.youtube.com/watch?v=k8qbNsZ3BDQ>



**'s Nachts willen je
ogen andere dingen
doen dan naar een
scherm staren.**

Nieuwigheden voor vurige uren

Bell Frankrijk Internationale BBQ-mix

Première in Frankrijk: Voor het eerst biedt Bell barbecuworstjes aan die niet tot de klassieke «Diots»-familie behoren. Hiervoor hebben de collega's zich laten inspireren door de internationale keuken en hebben zij de smaken «Chorizo», «Tandoori» en «Gerookte Uien» ontwikkeld. In de zomerwedstrijd die de lancering van het nieuwe product begeleidt, liggen prijzen zoals elektrische fietsen of miniluidsprekers in worstdesign voor het grijpen.



Bell Schweiz Kip en regenboogforel met cederhoutnoot

Met cederhout kunnen delicate barbecuegerechten zachtjes worden bereid, waarbij ze tegelijkertijd een heel bijzonder aroma krijgen. Bell Schweiz maakt gebruik van deze goede eigenschappen voor zijn BBQ-nieuwigheden «Kipfilet in een cederhout-wrap» en «regenboogforel op cederhout». Beide specialiteiten zijn voorgerekruid – de kip met rode kerrie, de forel met dille en mosterd – en kunnen direct met het hout op de barbecueooster worden gelegd. Ook terug in het assortiment: een ruime keuze aan heerlijke burgers, brochettes, worsten en slow-cooked creaties.



Bell Polen BBQ-specialiteit met een hoog vleesgehalte

De nieuwigheid in de Poolse Bell BBQ-familie vindt haar oorsprong in de stad Glogow Malopolski in het voorgebergte van de Karpaten: Daarom wordt de barbecuworst van fijne ham van varkens uit de EU «Glogowska» genoemd. Het heeft een zeer hoog vleesgehalte van 94 procent. En ook de populaire bestsellers «Podwawelska» en «Slaska» zijn dit barbecue-seizoen weer terug bij Bell in Polen.

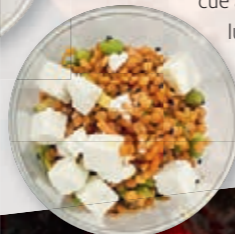


Eisberg Oostenrijk Zomerse saladecreaties

Voor zijn nieuwe trendy zomersalades «Quinoa-mango met chili-tofu» en «Rode linzen met fetakaas» heeft Eisberg Oostenrijk diep in de trukendoos van de superfoods gegrepen. Want naast de ingrediënten die al uit de namen blijken, bevatten beide soorten onder meer edamame.

Dit zijn groene sojabonen die worden beschouwd als proteïnebommen.

Deze twee nieuwe producten, die sinds juni in Oostenrijk te koop zijn, zijn even geschikt als bijgerecht voor bij de barbecue als voor de lunchpauze.



Stein's Best Hoogwaardige Rub-nieuwigheden

Hügli's merk Stein's Best voorziet zijn horeca-klanten dit barbecueseizoen van drie nieuwe verrukkelijke rubs. Terwijl de «Fish & Seafood Rub» vooral aan alles uit zoet en zout water een heerlijk aroma geeft, zijn de «Smokey Barbecue Spice» en de «Lemon Pepper» ook geschikt voor rundvlees, varkensvlees en gevogelte, alsook voor groenten. Het hoge gehalte aan specerijen en kruiden en het lage zoutgehalte maken de bereidingen bijzonder hoogwaardig. De nieuwe producten werden ontwikkeld in het kader van de herziening en modernisering van het volledige kruidenassortiment van Hügli.



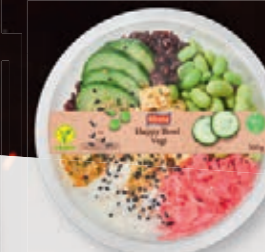
The Green Mountain Trio van veganistische barbecuworst

Goed nieuws voor alle barbecuworstfans die het af en toe ook wel eens zonder vlees willen doen: Met de «Nationale Worst», het «boerenbraadworstalternatief» en het «braadworstalternatief – op Zwitserswijze» heeft The Green Mountain drie veganistische varianten ontwikkeld die de vergelijking met het origineel glansrijk kunnen doorstaan. Het trio is sinds het voorjaar verkrijgbaar in Zwitserland en zal binnenkort ook in Duitsland verkrijgbaar zijn.



Hilcona Zonder vlees met meer plezier

De nieuwe «Hilcona Happy Bowl Vegi» is niet alleen een visuele blikvanger voor gezellige momenten bij de barbecue. Naast tofu en Venere-rijst maken drie verschillende soorten groenten deze salade tot een trendy vegetarisch tussendoortje. Nu we het toch over tofu hebben: Sinds april heeft Hilcona deze veganistische specialiteit voor het eerst ook onder zijn merk in zijn assortiment voor eindverbruikers. De tofu, die ook heerlijk is om te barbecueën, is gemaakt van 100 procent Zwitserse biologische sojabonen. Nog een echte klassieker die mag niet ontbreken: Hilcona biedt zijn populaire aardappelsalade nu ook aan in een grotere portie van 340 gram – ideaal om te delen.



Vogeley Ijsthees, verfrissend anders

Met het nieuwe Ice Tea-assortiment van Hügli's merk Vogeley kunnen horeca-uitbaters hun gasten nu ook zelfgemaakte ijsthee aanbieden. De smaken «Alpenkruiden», «Ananas-Hibiscus» en «Citroen-Pepermunt» zijn te danken aan natuurlijke aroma's en andere smaakvolle ingrediënten zoals groene thee-extract. De perfecte frisdrank – niet alleen voor bij de biertuinbarbecue.



Jubileums

LOOK! feliciteert de jubilarissen van juni tot augustus 2021

Bell Schweiz

20 jaar dienst

Alhagie Camara, 1 juni, Bell Schweiz, Basel
Thi Tuyen Huynh, 1 juni, Bell Schweiz, Basel
Sezai Kirmizi, 1 juni, Bell Schweiz, Basel
Bakary Konate, 1 juni, Bell Schweiz, Basel
Peter Lang, 1 juni, Bell Schweiz, Basel
Albert Mirakaj, 1 juni, Bell Schweiz, Zell
Philippe Perrier, 1 juni, Bell Schweiz, Cheseaux
Bertrand Schmitt, 1 juni, Bell Schweiz, Basel
Angélique Morard, 11 juni, Bell Schweiz, Cher-Mignon
Ernst Bachmann, 27 juni, Bell Schweiz, Oensingen
Philippe Ritt, 1 juli, Bell Schweiz, Basel
Nuriye Jasiqi, 16 juli, Bell Schweiz, Zell
Frédéric Mantovani, 16 juli, Bell Schweiz, Basel
David Teetz, 23 juli, Bell Schweiz, Oensingen
Virginie Beck, 1 augustus, Bell Schweiz, Basel
Yannick Roulet, 1 augustus, Bell Schweiz, Basel
Stefan Sieber, 1 augustus, Bell Schweiz, Basel
Olivier Sifferlen, 1 augustus, Bell Schweiz, Basel
Martin Studer-Melliger, 1 augustus, Bell Schweiz, Oensingen
Nadja Hansen, 13 augustus, Bell Schweiz, Zell
Veprim Haxhijolli, 19 augustus, Bell Schweiz, Zell
Elisabeth Nussbaum, 20 augustus, Bell Schweiz, Zell
Boonyoen Bichsel-Jan-ob, 27 augustus, Bell Schweiz, Oensingen

25 jaar dienst

Pascale Dietsch, 1 juni, Bell Schweiz, Basel
Saththiyathan Sivanthasantharam, 3 juni, Bell Schweiz, Zell
Krist Shala, 1 juli, Bell Schweiz, Zell
Patrick Wandres, 11 juli, Bell Schweiz, Basel
Andree Bert. Bayoro, 15 juli, Bell Schweiz, Basel
Irena Beslic, 15 juli, Bell Schweiz, Zell
Andreas Henzer, 22 juli, Bell Schweiz, Basel
Skender Ransi, 29 juli, Bell Schweiz, Zell
Slobodan Petrovic, 1 augustus, Bell Schweiz, Basel
Fatma Aslan, 5 augustus, Bell Schweiz, Basel
Ahmet Polat, 19 augustus, Bell Schweiz, Basel

30 jaar dienst

Caroline Blättler, 1 juni, Bell Schweiz, Basel
Beat Lustenberger, 1 juni, Bell Schweiz, Zell
Rene Schmutz, 1 juni, Bell Schweiz, Zell
Joseph Steinle, 1 juni, Bell Schweiz, Basel
Dominique Devidal, 3 juni, Bell Schweiz, Cheseaux
Hugues Schmitt, 1 juli, Bell Schweiz, Basel
Denis Sontag, 15 juli, Bell Schweiz, Basel
Felix Zeller, 1 augustus, Bell Schweiz, Gossau
Michel Laboureux, 12 augustus, Bell Schweiz, Basel

35 jaar dienst

Urs Uebelhard, 2 juni, Bell Schweiz, Oensingen
Pierre Ingelsberger, 16 juni, Bell Schweiz, Basel
Joelle Adam, 1 juli, Bell Schweiz, Basel
Brigitte Braun, 1 juli, Bell Schweiz, Basel
Antonio Novoa Caride, 1 augustus, Bell Schweiz, Cher-Mignon
Bruno Tschamber, 4 augustus, Bell Schweiz, Basel

40 jaar dienst

Peter Niederberger, 2 juni, Bell Schweiz, Oensingen
Pascal Giazzi, 3 augustus, Bell Schweiz, Cheseaux

45 jaar dienst

Cyrille Bagnoud, 7 juni, Bell Schweiz, Cher-Mignon
Siegfried Lötscher, 12 juli, Bell Schweiz, Cher-Mignon
Edith Ritter, 24 augustus, Bell Schweiz, Basel

Met pensioen

Régine Hoeflerlin, 30 juni, Bell Schweiz, Basel
Nicoletta Lisi, 31 juli, Bell Schweiz, Basel
Rémi Hennes, 31 juli, Bell Schweiz, Basel
Ruedi Riedweg, 31 augustus, Bell Schweiz, Oensingen
Danielle Lauffenburger, 31 augustus, Bell Schweiz, Basel

Met vervroegd pensioen

Martin Boschung, 31 mei, Bell Schweiz, Basel (*vervolg*)
Miradije Beluli, 30 juni, Bell Schweiz, Zell
Yves-Alain Rey, 30 juni, Bell Schweiz, Basel
Mario Schaad, 30 juni, Bell Schweiz, Oensingen
José Manuel Da Silva Lopes, 31 juli, Bell Schweiz, Zell
Brigitte Bättig, 31 augustus, Bell Schweiz, Zell
Daniel Grand, 31 augustus, Bell Schweiz, Cher-Mignon
Alfred Helbling, 31 augustus, Bell Schweiz, Zell
Elisabeth Nussbaum, 31 augustus, Bell Schweiz, Zell

Overleden

Hansrudolf Meier, 10 april, Bell, Oensingen

Bell International

20 jaar dienst

Samantha Gourdol-Gerin, 5 juni, Bell France, Teilhède
Patrice France, 2 juli, Bell France, Saint-Symphorien-sur-Coise
Nicole Dzsida, 16 juli, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt
Herve Gaspard, 16 juli, Bell France, Teilhède
Delphine Mournetas Cecchet, 6 augustus, Bell France, Teilhède
Renaud Paquet, 13 augustus, Bell France, Teilhède

25 jaar dienst

Isabelle Esteves Fernandes, 5 juni, Bell France, Teilhède
Gudrun Haase, 24 juli, Bell Deutschland, Edewecht
Christelle Blanchard, 25 juli, Bell France, Saint-Symphorien-sur-Coise
Halina Michniak, 5 augustus, Bell Polska, Niepołomice

30 jaar dienst

Manuela Tress, 13 augustus, Bell Deutschland, Harkebrügge
Joachim Feldkamp, 26 augustus, Bell Deutschland, Edewecht
Paulo Pires Amaro, 26 augustus, Bell France, Teilhède

35 jaar dienst

Brigitte Loth, 14 juli, Bell Deutschland, Harkebrügge
Stefan Faschang, 4 augustus, Frisch Express GmbH, Pfaffstätt
Manfred Fischer, 25 augustus, Frisch Express GmbH, Pfaffstätt

Overleden

Gabor Orsos, 6 mei, Süddeutsche Truthahn AG, Ampfing

Convenience

20 jaar dienst

Monika Švarcová, 19 maart, Hügli Food s.r.o., Zásmuky (*vervolg*)
Miroslav Patka, 2 mei, Hügli Food s.r.o., Zásmuky (*vervolg*)
Ramadan Bajrami, 1 juni, Hilcona Gourmet SA, Orbe
Ibadete Schällenbaum, 1 juni, Eisberg AG, Dällikon
Maria-Donata Giangregorio, 5 juni, Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell
Steffen Kirsch, 5 juni, Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell
Simona Mencaccini, 7 juni, Ali Big Industria Alimentare Srl, Brivio
Nedim Yilmaz, 25 juni, Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell
Dirk Balzer, 1 juli, Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell
Johann Brandner, 1 juli, Hilcona AG, Schaan
Pimpa Frei, 1 juli, Eisberg AG, Dällikon
Eike-Mareen Lehmann, 1 juli, Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell
Henri Leuzinger, 1 juli, Hilcona Gourmet SA, Orbe
Markus Schär, 1 juli, Hügli Nährmittel AG, Steinach
Zoltán Siska, 1 juli, Eisberg Ungarn, Gyál
Thomas Trahe, 1 juli, Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell
Friedrich Hofmann, 2 juli, HFC GmbH, Bad Wünnenberg
Elmaze Dibrani, 12 juli, Sylvain & Co SA, Essert-sous-Champvent
Martina Prüfer, 13 juli, Inter-Planing GmbH, Langenhaslach
Claudia da Conceição Couto Monteiro, 16 juli, Sylvain & Co SA, Essert-sous-Champvent
Monica Invernizzi, 16 juli, Ali Big Industria Alimentare Srl, Brivio
Joachim Fikus, 23 juli, Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell
Stefan Rehfuß, 1 augustus, Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell
Elmar Kienzle, 13 augustus, Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell
Herbert Maurer, 13 augustus, Hilcona AG, Schaan
Annabel Chautems, 26 augustus, Sylvain & Co SA, Essert-sous-Champvent

Huidige vacatures
vindt u onder:
bellfoodgroup.com/karriere

25 jaar dienst**Jarmila Dědková**, 1 april, Hügli Food s.r.o., Zásmuky (vervolg)**Jana Sovová**, 1 april, Hügli Food s.r.o., Zásmuky (vervolg)**Gary Butterfield**, 25 mei, Huegli UK Ltd., Redditch (vervolg)**Jose Carlos Fernandes Pereira**, 1 juni, Hilcona AG, Schaan**Joachim Hins**, 1 juni, Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell**Jaime Alves Carneiro**, 5 juni, Eisberg AG, Dällikon**Pius Rüegg**, 10 juni, Eisberg AG, Dällikon**Mathias Grossmann**, 13 juni, Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell**Thomas Friedli**, 15 juni, Hilcona AG, Schaan**Donna Maria Bertschinger**, 24 juni, Eisberg AG, Dällikon**Ivan Beeler**, 1 juli, Hilcona AG, Schaan**Maria Fernanda Cardoso de Almeida Alves**, 1 juli, Eisberg AG, Dällikon**Juergen Huber**, 1 juli, Hilcona AG, Schaan**Helmut Sohm**, 15 juli, Hilcona AG, Schaan**Olga Fleiner**, 22 juli, Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell**Sengül Tekin**, 22 juli, Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell**Helene Widiger**, 22 juli, HFC GmbH, Bad Wünnenberg**Isabella Dujmovic**, 29 juli, Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell**Markus Hanselmann**, 1 augustus, Hilcona AG, Schaan**Sonja Naescher**, 2 augustus, Hilcona AG, Schaan**Markus Gehli**, 12 augustus, Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell**Valerius Weiss**, 29 augustus, HFC GmbH, Bad Wünnenberg**30 jaar dienst****Duarte Camilo Guerra Carvalho**, 1 juni, Hilcona AG, Salez**Frank Wiedemann**, 1 juni, Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell**Dragan Leiler**, 4 juni, Hilcona AG, Schaan**Stefan Dieng**, 1 augustus, Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell**35 jaar dienst****Antonio Lado Barrio**, 7 juni, Hilcona AG, Schaan**Karl Romankiewicz**, 1 juli, Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell**Peter Raupp**, 21 augustus, Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell**40 jaar dienst****Guenter Ender**, 1 augustus, Hilcona AG, Schaan**Met pensioen****Michael Skribek**, 31 maart, Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell (vervolg)**Obdulia Vidal Santos**, 30 juni, Hilcona AG, Schaan**Navaratnam Thirukeswaran**, 30 juni, Eisberg AG, Dällikon**Sinnarasa Kathirgamu**, 31 juli, Eisberg AG, Dällikon**Ismail Parlak**, 31 augustus, Eisberg AG, Dällikon**José De Matos Veiga**, 31 augustus, Eisberg AG, Dällikon**Jaime Alves Carneiro**, 31 augustus, Eisberg AG, Dällikon**Met vervroegd pensioen****Gabriele Neubauer**, 31 augustus, Hilcona AG, Schaan**Overlijdens****Marcela Chválová**, 24. Januar, Hügli Food s.r.o., Zásmuky**Elmar Kienzle**, 2 april, Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell**Tezcan Yolcu**, 15 mei, Hilcona AG, Schaan**WEDSTRIJDVRAAG****Win een Bell Food Group-geschenkmand**

Of u nu gepassioneerd bent om in de keuken te staan of koken gewoon als een eenvoudige voedselbereiding beschouwt: Een volle koelkast kan nooit kwaad. Met een beetje geluk kunt u binnenkort uw koelkast vullen met talrijke producten van de hele Bell Food Group.

**Wedstrijdvraag**

Wat is de naam van de nieuwe grillworst van Bell Schweiz die door de studenten is ontwikkeld?

Prijs

1x geschenkmand met producten van de hele Bell Food Group ter waarde van € 400,00

10x aankoopbon ter waarde van € 30,00 voor een plaatselijke supermarkt

De uiterste datum voor deelname is 15 oktober 2021

Stuur de oplossing samen met uw naam, uw (vroegere) werkplek en uw werkgever naar look@bellfoodgroup.com.

De winnaars worden getrokken uit de inzendingen met de juiste oplossing. Meervoudige deelnames worden niet in aanmerking genomen.

De winnaars worden rechtstreeks op de hoogte gebracht. Over de verloting wordt niet gecommuniceerd en wordt er geen informatie via de telefoon gegeven.

Hoe de Bell Food Group voedselverliezen aanpakt

RECYCLEN IN PLAATS VAN WEGGOOIEN

De Bell Food Group verwerkt voedsel zoveel mogelijk zonder verliezen. Wat overblijft en niet geschikt is voor menselijke consumptie, wordt hergebruikt. Dit loont – zowel economisch als voor het milieu.

Wortels, eieren, of een uitgedroogd plakje ham weggooien? We weten allemaal dat je dat niet moet doen. Ook voor de Bell Food Group is het eenvoudig: «Wij gooien niets zomaar weg. Het hoofddoel is om te voorkomen dat deze zogenaamde verliezen in de eerste plaats ontstaan,» verklaart Roger Peier, projectleider duurzaamheid. «Daar bestaan twee soorten van. Ener-

zijds zijn er de verliezen uit hoofdproducten, in de volksmond ook wel foodwaste genoemd. Dit verwijst naar kant-en-klare levensmiddelen die niet worden gegeten. Bijvoorbeeld restjes van de lunch die in de vuilnisbak belanden.» De tweede categorie, verliezen uit bijproducten, is niet gericht op het eindproduct, maar vooral op de productiestappen die eraan voor-



afgaan. Zulke verliezen ontstaan bijvoorbeeld door resten of snijafval. Maar hoe kunnen we deze verliezen tegengaan?

«In principe zorgen we ervoor dat we grondstoffen zo efficiënt mogelijk verwerken en optimaliseren we onze processen waar nodig,» legt Roger Peier uit. «Dit verlaagt de kosten en beschermt tegelijkertijd het milieu.» Bepaalde verliezen kunnen echter door bijvoorbeeld de stand van de techniek niet worden vermeden. Hierbij spreken we van reststoffen.

«We recyclen reststoffen zoveel mogelijk,» zegt Peier. Maar let op: Niet alle recycling is hetzelfde. Zo is het bijvoorbeeld beter dierlijke resten of afval te verwerken tot diervoeder in plaats van ze te vergisten of te composteren. De recyclagescascade toont aan welke verwerking de Bell Food Group verkiest vanuit ecologisch oogpunt. «Het is echter niet altijd mogelijk of praktisch om grondstoffen op een hoger niveau te verwerken,» verduidelijkt Roger Peier. Het hangt onder meer af van de infrastructuur op een vestiging of van de wettelijke voorschriften. Zo moet runderzadelmerg bijvoorbeeld om wettelijke redenen worden verbrand. • sh

DIERENVOEDING IN PLAATS VAN BIOGAS

Met het Top Excellence-systeem, TopX genaamd, verbetert de Bell Food Group de processen in de gehele groep. Daardoor moet ook het verlies van organische grondstoffen systematisch worden vermeden. TopX wil er ook voor zorgen dat reststoffen tot een hoogwaardiger product worden verwerkt. Dit betekent dat ze één niveau stijgen in de recyclagecascade. Zo wordt het vleugel- en dijafval dat zich bij de kippenproductie van Bell Schweiz opstapelt, nu gerecycleerd tot diervoeder in plaats van biogas.

VERLIES VAN HAM STERK VERMINDERD

Bell Schweiz is erin geslaagd een proces in Basel te optimaliseren. Hier ontstaat afval bij het snijden van gekookte ham. Dankzij doelgerichte maatregelen, zoals zachtjes koken, zijn de snijresten van Gran Gusto ham sinds 2018 met bijna 50% verminderd. Bell Deutschland kon de snijverliezen bij Spaanse rauwe ham aanzienlijk verminderen – dankzij geoptimaliseerde messen en een aangepaste snijtemperatuur.

DONATIES VOOR MENSEN IN NOOD

Ondanks de beste productieregeling wordt er soms toch te veel geproduceerd. Eisberg, Hilcona, Hügli en Bell schenken daarom onberispelijke goederen die niet kunnen worden verkocht. Organisaties zoals Tischlein deck dich (Zwitserland, Liechtenstein) of de Tafel (Duitsland) verdelen het voedsel vervolgens onder mensen die door armoede zijn getroffen. Bovendien bieden veel vestigingen van de Bell Food Group in hun eigen verkoopwinkels restgoederen aan.

OPWARMEN MET SALADE

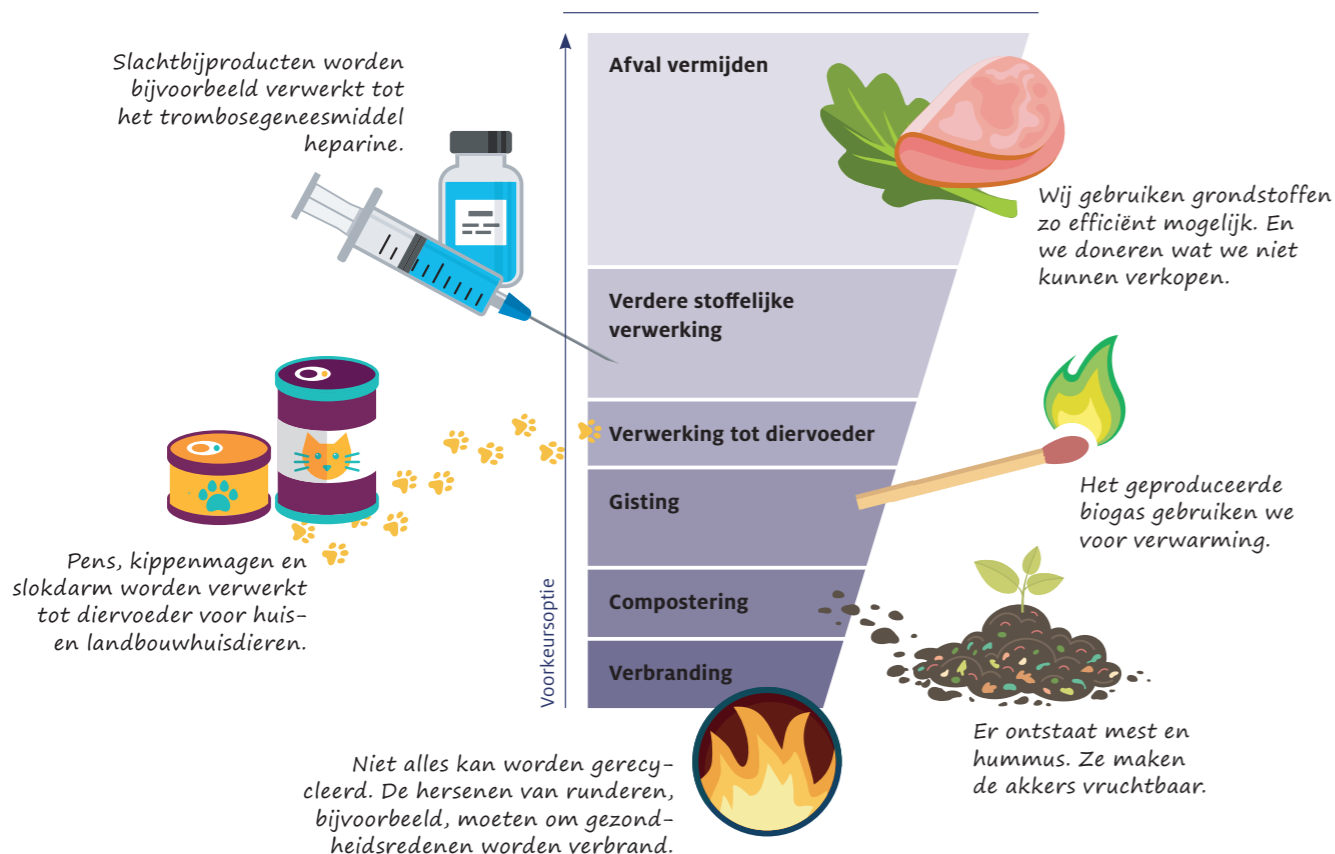
In Dällikon haalt Eisberg Schweiz warmte uit restafval van sla. De reststoffen uit de verwerking van sla worden vergist tot biogas. Het gas wordt verbrand in de interne warmtekrachtcentrale van het bedrijf, de elektriciteit wordt aan het net geleverd als hernieuwbare energie en de thermische energie wordt gebruikt voor interne processen. In de volgende productievestigingen van de Bell Food Group wordt ook afval vergist tot biogas: Dänikon en Villigen (Eisberg Zwitserland), Esersert-sous-Champvent (Sylvain & Co), Gyál (Eisberg Hongarije), Schaan en Orbe (Hilcona). Voorts levert Hilcona ook afvalstoffen aan derden voor de productie van diervoeder – in de vestigingen Landquart, Schaan en Orbe.

Warmte uit restjes salade.

LEDER EN BODIESEL UIT SLACHTBIJPRODUCTEN

Centravo AG, een joint venture van de Zwitserse vleesindustrie waarin ook Bell Schweiz een aandeel heeft, maakt de duurzame recycling van slachtbijproducten mogelijk. Dankzij Centravo kunnen deze rund- en varkensvleesproducten op een hoog niveau worden gerecycleerd. Derden gebruiken het voor de productie van onder meer het trombosegeneesmiddel heparine, hoogwaardige lederproducten of biodiesel.

Recyclagescascade



Uitstekende rauwe ham

Gouden lente voor Bell Deutschland

Bij de kwaliteitstest van de Duitse landbouwvereniging heeft Bell Deutschland een gouden medaille gekregen voor alle ingezonden rauwe hamproducten. Dit is nog nooit eerder gebeurd en is een goed teken dat de focus op rauwe ham ook zijn vruchten afwerpt in de productkwaliteit.

De internationale kwaliteitstest voor ham en worst van de Duitse landbouwvereniging (Deutsche Landwirtschaftsgesellschaft, DLG) is het grote trefpunt van de industrie. Alle betrokken Duitse fabrikanten kijken reikhalzend uit naar (of huiveren voor) de jaarlijkse test.

Volgens een speciaal ontwikkeld 5-puntenschema evalueert de DLG verschillende testcriteria. De nadruk ligt op sensorische testcriteria zoals geur, smaak of uiterlijk, die anoniem worden beoordeeld door erkende experts uit de wetenschap en de praktijk. Bovendien worden de verpakking en de aangifte afzonderlijk gecontroleerd en worden laboratoriumanalyses uitgevoerd voor chemische en microbiële tests. Alleen producten die aan alle testcriteria voldoen, krijgen de felbegeerde gouden erkenning.

«Het is een grote erkenning van de kwaliteit van onze producten.»

Bell Deutschland ontving dit jaar ook een gouden erkenning voor elk van de 47 ingezonden hamproducten. Bell Deutschland heeft verschillende rauwe hammen uit Duitsland en Serranohammen uit de productie-installaties van Bell Spanje in de categorieën



«gesneden», «in stukjes gesneden» en «in blokjes gesneden» ingediend. In het verleden heeft de onderneming altijd kunnen uitpakken met een bovengemiddelde productkwaliteit. Dit blijkt niet in het minst uit de prijs voor langdurige productkwaliteit, die ook dit jaar voor de zesde opeenvolgende keer werd toegekend aan Bell Deutschland. Maar een gouden medaille voor alle ingediende producten is allesbehalve vanzelfsprekend. Stephan Holst, hoofd marketing bij Bell Duitsland, is het daarmee eens: «Dit is inderdaad uitzonderlijk en het is een grote erkenning van de

kwaliteit van onze producten.»

De regen van gouden medailles is niet alleen een mooie erkenning, maar ook een verkoopargument. De DLG-kwaliteitstest heeft een lange traditie in Duitsland en staat hoog aangeschreven. «Veel detailhandelaren eisen van hun leveranciers dat ze hun producten aan kwaliteitstests onderwerpen.» legt Stephan Holst uit. Voor Bell Deutschland was de DLG-kwaliteitstest dus een gouden start van een regenachtige lente. • fv