

LOOK!

Personeelsmagazine van de Bell Food Group

03 2021



Leading in Food

**BELL
FOOD
GROUP**





Inhoud

Uit de onderneming

- 4 Samen aan de top**
Bell en Hilcona verdedigen dubbel succes in «Best Recruiters»-onderzoek
- 7 Word aandeelhouder van de Bell Food Group**
Werknemersaandelen

Werken bij de Bell Food Group

- 8 Heel trots**
De studenten van de Bell Food Group

Omslagverhaal

- 12 Leading in Food**
Daar staat de Bell Food Group voor

Wij mensen maken het verschil

- 18 De enige constante is verandering**
Werknemers van de Bell Food Group over het onderwerp «verandering»
- Onze smaakvolle wereld
- 20 Verfrissend divers**
Van Weisswurst tot rijstpap
- 24 Geweldige smaak-ervaring op een klein vlammetje**
Vacuüm koken met Sous-vide
- 26 Dit is hoe winnaars eruit zien**
Grandioze finale bij de Bell Burger Challenge 2021

Jubileums

- 28 Jubileums**
LOOK! feliciteert de jubilarissen van september tot november 2021

Wedstrijd

- 31 Win een geschenkmand van de Bell Food Group**
Zoekplaat

Duurzaamheid en innovatie

- 32 «Iedereen moet zich deel voelen van het duurzaamheidsteam»**
Interview met Christoph Schatzmann en Marco Märsmann

Zo gaat het met kwaliteit

- 36 Retourzendingen met meer dan de helft verminderd**
Meer kwaliteit met TopX

Wij geven vorm aan de toekomst

Beste medewerkers

Vier jaar geleden had ik het genoeg om de Bell Food Group hier aan u voor te stellen. De naamsverandering van de toenmalige Bell Group in Bell Food Group markeert een belangrijke stap in de ontwikkelingsgeschiedenis van ons bedrijf.

Met de nieuwe groepsnaam hebben we niet alleen een overkoepelend merk gecreëerd dat alle bedrijven van de groep verenigt tot één sterke eenheid, maar ook een nieuwe identiteit waarin alle business units en divisies zich op gelijke wijze kunnen terugvinden. Daarmee hebben wij de koers voor de toekomst van onze onderneming uitgezet.

Nadat de eerste ontwikkelingen in 2017 naast de aanpassing van de organisatiestructuur op veel punten vooral visueel van aard waren – we denken aan de nieuwe ontwikkeling van het corporate logo of het herontwerp van onze corporate website – hebben we de Bell Food Group inmiddels merkbaar met meer en meer leven gevuld en de vervlechting tussen de afzonderlijke bedrijven naar voren geschoven. Deze ontwikkeling maakt me bijzonder trots.

In de loop der tijd is de Bell Food Group uitgegroeid tot een grote familie. Of het nu «naaste verwanten» of

Uit de Bell Food Group is een grote familie geboren.

«verre verwanten» zijn, uiteindelijk zijn het de gedeelde geschiedenis en de dagelijks beleefde waarden die ons binden – hoe verschillend de afzonderlijke familieleden ook mogen zijn. In het geval van de Bell Food Group zijn dat de liefde voor het plezier, de bereidheid om verantwoordelijkheid te nemen en de energie om dingen aan te pakken en de toekomst vorm te geven.

Zoals in elk goed gezin worden ook wij van tijd tot tijd met uitdagingen geconfronteerd, die wij alleen als eenheid kunnen overwinnen, waarbij elk lid zijn bijdrage levert. De Corona-pandemie is daarvan het beste bewijs.

Voor deze zeer persoonlijke bijdrage, in «goede en slechte tijden», wil ik u, geachte personeelsleden, bedanken. Zonder jullie openheid, inzet en bereidheid om elkaar de hand te reiken, zou de Bell Food Group zich in zo'n korte tijd niet hebben ontwikkeld tot wat ze nu is.

Met vreugde, bekwaamheid en verantwoordelijkheidszin willen wij een van de beste voedingsbedrijven van Europa worden. Daarom wil ik u blijven aanmoedigen om initiatief te tonen, ideeën aan te dragen en verantwoordelijkheid te nemen. Want alleen met uw individuele krachten en met gezamenlijk beleefde waarden slagen wij erin het beste te geven voor onze klanten en producten van de hoogste kwaliteit te vervaardigen.

Ik ben overtuigd: Samen zullen we onze doelstellingen bereiken en de Bell Food Group nog tastbaarder maken, zowel intern als naar buiten toe.

Lorenz Wyss
Voorzitter van het Groepsmanagement



U kunt zich ook online abonneren op LOOK!, online lezen of downloaden via look.bellfoodgroup.com

Impressum Magazine voor de medewerkers van de Bell Food Group, 4 nummers per jaar, nr. 3/2021, oktober 2021, 27ste jaargang.

Uitgever: Bell Food Group AG, Elsässerstrasse 174, 4056 Basel, Zwitserland. Adres: Bell Schweiz AG, redactie LOOK!, Postfach 2356, 4002 Basel, Zwitserland.

Tel. +41 58 326 2447, fax +41 58 326 2114, look@bellfoodgroup.com, www.bellfoodgroup.com. Redactieteam: Sara Heiniger (sh), leiding, Fabian Vetsch (fv).

Redactionele ondersteuning: Michaela Rosenbaum (mr), Adrian Portmann (ap). Vormgeving: oblògrafik, Olten, Zwitserland. Beeldverwerking: Proacteam AG, Allschwil, Zwitserland.

Uitgeverij: Werner Druck & Medien AG, Basel, Zwitserland. Gedrukt op FSC-papier.

Bell en Hilcona verdedigen dubbel succes in «Best Recruiters»-onderzoek

Samen aan de top

In het onderzoek «Best Recruiters» behaalden Bell Schweiz en Hilcona, net als vorig jaar, de eerste en de tweede plaats in de categorie levensmiddelen. Enige verschil: Bell kon de winnaar van vorig jaar, Hilcona, dit jaar van de eerste plaats stoten. In dit interview vertellen HR-projectmanagers Catherine Baumann en Andrea Hefti wat de prijs voor hen betekent en wat er nodig is om op lange termijn aan de top te blijven.

Dubbel succes voor de Bell Food Group in het «Best Recruiters»-onderzoek 2020/21. Evenals vorig jaar namen Bell Schweiz en Hilcona bij een landelijke vergelijking de eerste twee plaatsen in de categorie levensmiddelen in. Na de tweede plaats in het voorgaande jaar, wist Bell in de huidige editie voor het eerst de topositie te bereiken. Hilcona komt op de tweede plaats. In vergelijking met alle 403 geteste bedrijven in

Zwitserland en Liechtenstein staat Bell op een uitstekende 16e plaats, Hilcona staat op de 46e plaats.

De top bereiken is erg moeilijk. Maar het is nog moeilijker om de topositie te verdedigen en consequent aan de top te blijven, zoals Hilcona al jaren doet. Sinds de eerste deelname aan het onderzoek «Best Recruiters» in 2016, heeft het bedrijf steeds de eerste of tweede plaats behaald in de categorie levensmiddelen. Tot drie jaar geleden stond Bell nog tamelijk achteraan in het peloton, maar daarna maakte het een snelle opmars die het bedrijf binnen verbazingwekkend korte tijd naar de absolute top leidde.

Dit is geen toeval. Zowel Bell als Hilcona hebben de onderzoeksresultaten grondig geanalyseerd en hun aanwervingsprocedures voor personeel voortdurend verbeterd. De HR-strategie van Bell Food Group stelde ook hoge eisen op het gebied van rekrutering, wat nu ook blijkt uit dit dubbele succes.

Als projectleiders voor het onderzoek «Best Recruiters» bij Bell en Hilcona hebben Catherine Baumann en Andrea Hefti, samen met hun teams, een belangrijke bijdrage geleverd aan het grote succes. In het interview geven de twee wervingsprofessionals informatie over de verbeteringen in het wervingsproces in hun bedrijven en over het belang van goede interne en externe prestaties.



Andrea Hefti (links) en Catherine Baumann zijn de projectleiders van het «Best Recruiters»-onderzoek bij Bell en Hilcona.

Allereerst, gefeliciteerd met weer een dubbele overwinning. Wat gaf de doorslag in het voordeel van Hilcona en Bell om de dubbele overwinning van het jaar daarvoor te herhalen? Andrea Hefti: Een belangrijk aandachtspunt voor ons is de kwaliteit van de dienstverlening hoog te houden. En daar konden we een stap voorwaarts zetten op basis van de feedback. Daarnaast zijn we in 2019 intensiever ideeën gaan uitwisselen en synergieën binnen de Bell Food Group gaan benutten. Het onlangs ingevoerde HR-systeem «Bewerber 3» heeft ook een belangrijke verbetering gebracht.

Catherine Baumann: Wij hebben ook aanzienlijke vooruitgang kunnen boeken op het gebied van de snelheid en de kwaliteit van de feedback aan sollicitanten. Dit wordt ook vandaag verwacht, maar het is een grote uitdaging voor ons omdat wij niet over dezelfde middelen beschikken als andere, aanzienlijk grotere bedrijven. Een andere belangrijke factor voor de goede ranking was zeker de carrièrepagina. We hebben verschillende aanpassingen gedaan op basis van de feedback van Best Recruiters van vorig jaar en hebben in deze categorie alle punten behaald.

Wat is er specifiek veranderd aan de carrièrepagina? CB: Wij hebben de informatie gestructureerd volgens de doelgroep en de gebru-

iksvriendelijkheid verbeterd, zodat mensen gemakkelijk en snel kunnen navigeren. Dat maakt het veel gemakkelijker om te beginnen. Daarnaast hebben wij het sollicitatieformulier rechtstreeks in de personeelsadvertenties geïntegreerd, de onboarding verbeterd met de rubriek «Hoe begint u bij ons» en snelkoppelingen toegevoegd zodat de sollicitant snel meer informatie over de bedrijven kan krijgen.

Hoe gaat dat bij jullie, Andrea?

AH: Onze carrièresite kon om diverse redenen nog niet worden gemigreerd, dit had gevolgen voor onze beoordeling. Wij hebben zeker nog een goede site, maar niet meer zo gedetailleerd als op de gezamenlijke website van Bell Food Group. Wij hebben de tekortkoming echter onderkend en willen zo spoedig mogelijk beginnen met de uitvoering ervan.

Wat is uw persoonlijke oordeel over de goede rangschikking? AH: Het is mooi dat we al jaren aan de top staan, zowel in Liechtenstein, waar een grote dichtheid van goede bedrijven op een klein gebied bestaat, als in de levensmiddelen-categorie in Zwitserland. Ik ben een beetje trots op het feit dat wij voortdurend bedrijven konden bijstaan met aanzienlijk meer financiële en personele middelen achter ons.

«Het is leuk dat we al jaren helemaal mee aan de top staan.»



CB: Wij hebben in zeer korte tijd een enorme sprong voorwaarts kunnen maken, wat buitengewoon is, maar ook een grote uitdaging en veel werk. De laatste stap naar voren is bijzonder moeilijk, omdat het allemaal om details gaat.

Is er, ondanks de goede rangschikking, nog ruimte voor verbetering? AH: Op het gebied van sociale media zijn we zeker nog niet op het niveau dat de beste bedrijven hebben. En zoals reeds gezegd, is de verdere ontwikkeling van de website ook een van onze doelstellingen. Wij werken ook aan Talent Relationship Management, d.w.z. de dialoog met intern en extern of potentieel talent. Wij willen in contact blijven met oud-werknemers en -leerlingen of ook met goede kandidaten die niet voor een andere functie in aanmerking konden komen. Op die manier kan de tijd die nodig is om een vacature in te vullen aanzienlijk worden verkort en besparen we waardevolle middelen.

«Wij willen onze plaats aan de top natuurlijk zo goed mogelijk verdedigen.»

CB: Absoluut, natuurlijk willen wij onze topospositie zoveel mogelijk verdedigen, maar de uitvoering van aanvullende maatregelen is altijd een kwestie van middelen. Talent Relationship Management is ook een aandachtspunt voor ons. Het is zeker belangrijk voor ons dat de website actueel blijft en een boeiend inzicht biedt in de relevante onderwerpen. We willen ook meer video-inhoud aanbieden. We werken al met videotestimonials, maar dat willen we de komende jaren uitbreiden. Het is ook belangrijk dat wij onze aanwezigheid op de sociale media verder uitbreiden.

Hoe beoordeelt u het belang van het «Best Recruiters»-onderzoek? CB: Ik beoordeel het grootste deel van het onderzoek positief. Rekrutering is een van onze kerncompetenties en een essentieel instrument voor werkgeversmarketing. De onderzoeksresultaten laten ons ook zien dat we altijd door kunnen gaan en niet mogen berusten op wat we tot nu toe hebben bereikt. Een beetje jammer is de exclusieve focus op het Duitstalige gebied, waardoor de

betekenis voor het Franstalige gebied vrij gering is

AH: Ik denk dat het een goed en relevant instrument is omdat het de situatie in de DACH-regio in grote lijnen weergeeft. De studie is dus een goede benchmarking met concurrerende bedrijven en een soort kwaliteitsbeheer voor ons intern. De nadruk ligt echter zeer sterk op online rekrutering; Beurzen en andere wervingsinstrumenten worden niet bekeken.

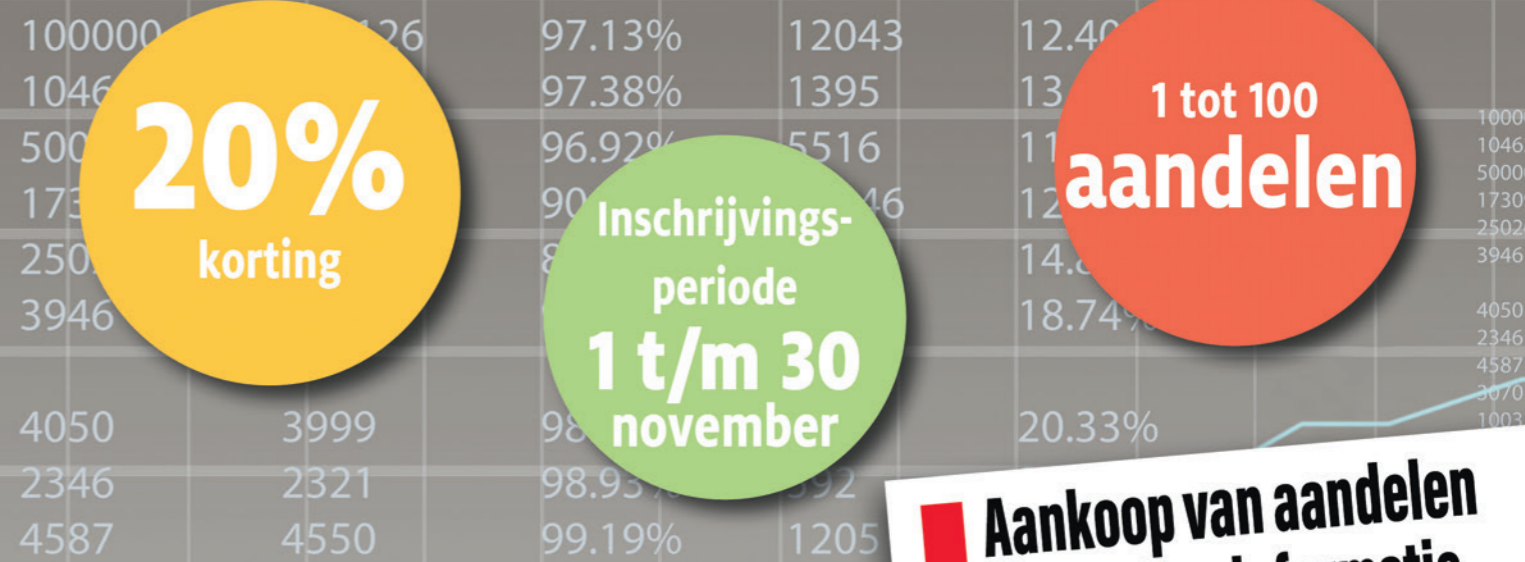
Hebben de goede prestaties van de laatste jaren een merkbare invloed gehad op de zoektocht naar nieuw talent? CB: Best Recruiters is zeker relatief bekend, en een goede ranking heeft zeker een positief effect op potentiële werknemers die ons bedrijf via de website leren kennen.

AH: Het «Best Recruiters»-onderzoek is het grootste onderzoek naar personeelwerving in de Duitstalige wereld. Daarom geloof ik ook dat dit een positief effect heeft. Daarom communiceren wij de goede resultaten ook duidelijk naar buiten toe. Men mag echter niet vergeten dat niet alleen de kwaliteit van de aanwerving een rol speelt in de zoektocht naar nieuw talent. • fv



«Best Recruiters»-onderzoek

Het «Best Recruiters»-onderzoek beoordeelt de kwaliteit van de personeelwerving van bedrijven in de hele DACH-regio en is uitgegroeid tot de grootste en belangrijkste beoordeling op dit gebied sinds deze acht jaar geleden voor het eerst werd uitgevoerd. In Zwitserland en Liechtenstein werden de 403 ondernemingen met de hoogste omzet en het grootste aantal werknemers getest voor de editie 2020/21.



Aankoop van aandelen en verdere informatie
myshares.bellfoodgroup.com

Werknemersaandelen

Word aandeelhouder van de Bell Food Group

Van 1 tot 30 november 2021 kunt u aandelen in Bell Food Group Ltd verwerven tegen gereduceerde voorwaarden. U kunt toegang krijgen tot het aandelenportaal op www.myshares.bellfoodgroup.com.

Dit jaar kunt u van 1 tot 30 november ook aandelen Bell Food Group Ltd kopen tegen een verlaagde prijs (werknemersaandelen) en zo rechtstreeks deelnemen in het bedrijf.

Werknemers van de Bell Food Group kunnen intekenen op één tot maximaal honderd werknemersaandelen gedurende de inschrijvingsperiode. De werknemersaandelen worden uitgegeven met een korting van 20 procent en met een blokkeringsperiode van 4 jaar.

Op www.myshares.bellfoodgroup.com vindt u:

- toegang tot het aandelenportaal van Bell Food Group, waar u aandelen kunt kopen;
- alle informatie over het werknemersparticipatieprogramma van dit jaar en
- Vanaf 1 november de aankoopprijs per werknemersaandeel.

Het medezeggenschapsreglement voor werknemers is van toepassing op de aanschaf van werknemersaandelen. • fv



Voor meer informatie kunt u terecht bij:

Etienne Petitjean
 Bell Food Group Aandelenkantoor
 +41 58 326 2020
share.registry@bellfoodgroup.com



Cedric Bechler

Verkoper EFZ
Bell, Basel (CH)



Cyrill Graf

Automatiserings-
technicus EFZ
Bell, Basel (CH)



Yasin Can Ipek

Slager EFZ
Bell, Basel (CH)



Sascha Reiniger

(beide)
Informaticus applicatieontwikkeling EFZ
Bell, Basel (CH)

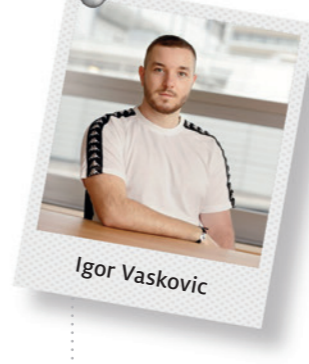


Lars Schaller



Jascha Schwyzer

Slager EFZ
Bell, Basel (CH)



Igor Vaskovic

Bureauassistent EBA
Bell, Basel (CH)



Kevin Zbinden

Assistent-slager EBA
Bell, Basel (CH)



Lennard Wichmann

Elektronicus voor
industriële techniek
Bell, Harkebrügge (DE)

Wij feliciteren deze 37 pas afgestudeerde stagiairs met het succesvol afronden van hun opleiding.



Abdulsalam Mohamed

Assistent-slager EBA
Bell, Oensingen (CH)



Amanuel Mulubrhan

Assistent-slager EBA
Bell, Oensingen (CH)



Alen Kozarac

Productiemonteur EFZ
Bell, Zell (CH)



Visar Bajrami

Verkoper EFZ
Eisberg, Dällikon (CH)



Ivan Kolev

Logistiek medewerker EFZ
Hilcona, Landquart (CH)



Dilara Ludwig

Voedingstechnologe EFZ
Hilcona, Landquart (CH)



Michael Raduc

Voedingstechnoloog EFZ
Hilcona, Landquart (CH)



Noah De Marco

Verkoper EFZ
Hilcona, Schaan (LI)



Laurin Ehrenzeller

Verkoper EFZ
Hilcona, Schaan (LI)

De studenten van de Bell Food Group

HEEL TROTS

Deze jongeren kunnen echt trots zijn op zichzelf! In augustus zijn 61 studenten aan hun opleiding bij de Bell Food Group begonnen. Zij hebben dus de eerste stap in hun beroepsleven durven zetten en hebben de fakkel overgenomen van de 37 pas afgestudeerde stagiairs die in de zomer hun beroepsopleiding of studie met glans hebben afgesloten. Veel van de afgestudeerden hebben ook besloten om in de toekomst bij de Bell Food Group te blijven. LOOK! stelt de 98 jongeren voor en feliciteert hen hartelijk.

Wij heten deze 61 nieuwe studenten van harte welkom bij de Bell Food Group.

Bell, Basel (CH)

Sarah Marie Aregger, automatiseringstechnica EFZ

Fabian Bee, duale studie Bedrijfsinformatica / Data Science

Yusuf Yaren Daskin, productiemonteur EFZ

Eliana Fernandez Duran, assistent-slager EBA

José González, informaticus applicatieontwikkelaar EFZ

Lilian Keil, duale studie bedrijfskunde / personeelsmanagement

Toprak Kizilyatak, voedingstechnologe EFZ

Fabiano Meili, informaticus platformontwikkeling EFZ

Butrint Nazifi, verkoper EFZ

Igor Vaskovic, verkoper EFZ

Denis Yavuz, specialist operationeel onderhoud EFZ

Kevin Zbinden, slager EFZ

Bell, Oensingen (CH)

Dawid Bereket, logistiek medewerker EBA

Benoit Brüderli, voedingsdeskundige EBA

Aron Debesay, assistent-slager EBA

Arthur Friedrich, slager EFZ

Selim Gjocaj, logistiek medewerker EFZ

Muhamad Muhamad, productiemonteur EFZ

Amanuel Mulubrhan, productiemonteur EFZ

Alen Mumdzic, slager EFZ

Sara Nassar, voedingstechnologe EFZ

Dominic Rettenmund, voedingstechnoloog EFZ

Hadish Teumzgi, assistent-slager EBA

Firouz Yousefi, assistent-slager EBA



Mara Gomes Silva
Verkoopster EFZ
Hilcona, Schaan (LI)

Ismet Güler
Voedingstechnoloog EFZ
Hilcona, Schaan (LI)

Kristina Ivanova
Voedingstechnologe EBA
Hilcona, Schaan (LI)

Patrick Marxer
Logistiek medewerker EFZ
Hilcona, Schaan (LI)

Yannick Brake
Industrieel bediende met aanvullende kwalificatie internationale bedrijfsvoering
Hügli, Radolfzell (DE)

Adrian Christ
Duale studie
Food Management
Hügli, Radolfzell (DE)

Jana Lederle
Industrieel bediende met aanvullende kwalificatie internationale bedrijfsvoering
Hügli, Radolfzell (DE)

Kirstin Mattes
Duale studie
Bedrijfsinformatica
Hügli, Radolfzell (DE)

Sven Radermacher
Specialist
voedingstechniek
Hügli, Radolfzell (DE)

Marvin Schulte-Bäuminghaus
Specialist
voedingstechniek
Hügli, Radolfzell (DE)

Lisa Stark
Industrieel bediende met aanvullende kwalificatie internationale bedrijfsvoering
Hügli, Radolfzell (DE)

Mareike Stump
Duale studie
Food Management
Hügli, Radolfzell (DE)

Theresa Zirell
Specialist voedingstechniek
Hügli, Radolfzell (DE)

Asmitha Canagathas
Voedingsdeskundige EBA
Hügli, St. Gallen (CH)

Leon Aliev
Verkoper EFZ
Hügli, Steinach (CH)

Sascha Burren
Logistiek medewerker EFZ
Hügli, Steinach (CH)

Alketa Sadiki
Verkoopster EFZ
Hügli, Steinach (CH)

Michael Schär
Voedingstechnoloog EFZ
Hügli, Steinach (CH)

Marc Sutter
Voedingsdeskundige EBA
Hügli, Steinach (CH)

Bell, Edewecht (DE)
Vanessa Bley, specialist voedingstechniek

Bell, Harkebrügge (DE)
Brúnó Obornyák, elektronicus voor industriële techniek
Tobias Straub, machine- en installatiebeheerders, focus op voedingstechniek

Bell, Seevetal (DE)
Cinja-Nadina Janssen, duale studie (Bedrijfskunde) / Industrieel bediende
Maximilian Pietrass, duale studie (Bedrijfskunde) / Industrieel bediende

Bell, Zell (CH)
Alessio Arieta, kok EFZ
Anne-Alena Junker, voedingstechnologe EFZ
Damian Vesic, installatiebeheerder EFZ

Eisberg, Dällikon (CH)
Diego Bruno, voedingstechnoloog EFZ
Sara Tomic, verkoopster EFZ

Hilcona, Landquart (CH)
Daniel Andemeskel, voedingstechnologe EBA
Agon Bajrami, logistiek medewerker EFZ
Justin Gottleuber, voedingstechnologe EBA

Hilcona, Schaan (LI)
Aleyna Atmaca, voedingstechnologe EBA
Eduardo Cardoso, logistiek medewerker EFZ
Jan Hagmann, voedingstechnoloog EFZ
Jennifer Külling, verkoopster EFZ
Gian Kunz, verkoper EFZ
Fabiana Matias Pinto, verkoopster EFZ
Florin Nold, automatiseringstechnicus EFZ
Juan Riveiro, installatiebeheerder EFZ
Jonas Schwarz, voedingstechnoloog EFZ
Denys Tarasenko, installatiebeheerder EFZ

Hügli, Radolfzell (DE)
Dennis Foos, specialist magazijnlogistiek
Alexander Götting, specialist mechatronica
Nina Heidemann, duale studie bedrijfskunde industrie
Julia Kirn, industrieel bediende met aanvullende kwalificatie internationale bedrijfsvoering
Judith Künz, industrieel bediende met aanvullende kwalificatie internationale bedrijfsvoering
Leo Meindl, specialist mechatronica
Camelia Paraschiva, duale studie bedrijfskunde industrie
Sinah Sprissler, industrieel bediende met aanvullende kwalificatie in internationale bedrijfsvoering
Vanessa Wildschütz, industrieel bediende met aanvullende kwalificatie in internationale bedrijfsvoering

Hügli, St. Gallen (CH)
Bleron Hebibi, logistiek medewerker EFZ
Alex Miranda Machado, voedingsdeskundige EBA

Hügli, Steinach (CH)
Fabrice Betschart, verkoper EFZ
Jetmir Muratoski, logistiek medewerker EFZ
Meltem Önel, verkoopster EFZ
Ruben Barros Pereira, voedingsdeskundige EBA
Silvan Schawalter, voedingsdeskundige EFZ
Florian Thomi, logistiek medewerker EFZ





Daar staat de Bell Food Group voor

Leading in Food

Scherp en ter zake: «Leading in Food» vat samen waar de Bell Food Group voor staat. Maar wat zit daarachter? In dit interview gaan Davide Elia en Endrik Dallmann uitgebreid in op de achtergrond ervan en wat dit betekent voor Bell Food Group als bedrijfs- en werkgeversmerk • sh

**BELL
FOOD
GROUP**



De volgende logische stap

Formeel bestaat de Bell Food Group sinds 11 maart 2017. De naamswijziging van de toenmalige Bell Group in Bell Food Group weerspiegelde het feit dat het bedrijf was geëvolueerd – van een traditionele Zwitserse vleesverwerker tot een van de leidende vlees- en convenience-specialisten in Europa. Een logisch gevolg van de groeistrategie van de afgelopen jaren en een belangrijke stap in het creëren van een gemeenschappelijke identiteit binnen de groep.

Met de naamsverandering kreeg de groep niet alleen formeel een nieuwe naam, maar ook, voor het eerst, een paraplu waaronder alle afdelingen en divisies van de Bell Food Group zich in dezelfde mate konden vinden.

Een versterkte samenhang

Sindsdien heeft de Bell Food Group zich verder ontwikkeld – en is ze stap voor stap samengroeid. Dit blijkt niet alleen uit groepsoverschrijdende initiatieven zoals TopX of projecten zoals EPIC; deze ontwikkeling is vooral ook zichtbaar in structurele aanpassingen: De Eisberg-vestiging in Marchtrenk (AT) produceert bijvoorbeeld niet alleen voor het merk Eis-

berg, maar ook voor Bell, Hilcona en Hügli. Essentiële gebieden zoals HR of IT hebben zich over groepen heen georganiseerd en vormen structuren over landen en bedrijfseenheden heen. Zelfs in de dagelijkse omgang zijn gesprekken à la «Zeg, hoe doen jullie dat eigenlijk bij jullie?» niet langer een zeldzaamheid.

Als iedereen samenwerkt, van elkaar leert en elkaar helpt, maakt dat iedereen sterker. Dit geldt al lang niet meer alleen binnen de afzonderlijke ondernemingen, maar ook steeds meer voor de groep als geheel.



Duidelijke rolverdeling

Deze samenhang moet zich in de toekomst verder ontwikkelen. Enerzijds vereist dit een gemeenschappelijk inzicht in wat men samen wil bereiken en waar de reis naartoe gaat. Even belangrijk is echter een duidelijke rolverdeling binnen de groep. In het kader van een herziening van de merkenstrategie van de Bell Food Group werden deze vragen verder uitgediept.

Naast het optimaliseren van de bestaande merkenportfolio van de Bell Food Group, richtte deze herziening zich met name op twee aspecten: enerzijds het aanscherpen van de positionering en daarmee de identiteit van het overkoepelende merk van de Bell Food Group, het zogenaamde corporate brand, en het aanvullen van de visie «Samen naar de top» met een concrete merkkern; anderzijds het ontwikkelen van een werkgeversmerk, het zogenaamde employer brand, op basis van de HR-strategie van de Bell Food Group.



DE MERKKERN
Leading in Food

Met vreugde, bekwaamheid en verantwoordelijkheidszin willen wij een van de beste voedingsbedrijven van Europa worden. Een groot doel waarvoor wij ons allen elke dag inzetten. En waarvoor we ons allemaal laten leiden door gemeenschappelijke waarden en principes.

DE MISSIES

Daar staan we voor



We houden van genot

- Hoogste kwaliteit sinds 1869
- Klanten inspireren
- Betrouwbare partner



We geven vorm aan de toekomst

- Uitdagingen aanpakken
- Permanente verbetering
- Toekomst actief vormgeven



We leven verantwoordelijk

- Duurzaam denken en handelen
- Elke dag beter worden
- Het goede voorbeeld geven

Lees meer over de visie, leidraad en missies van de Bell Food Group:
bellfoodgroup.com/leading

«De overeenkomsten konden snel gevonden worden, ze waren er bijna allemaal al.»

In 2017 werd de Bell Food Group in het leven geroepen en aan de werknemers voorgesteld. Wat is er sindsdien veranderd? Met de Bell Food Group hebben we in 2017 een dak gebouwd om de vele verschillende bedrijven en afdelingen een houvast te geven. In die tijd was dat belangrijk voor de verstandhouding, zowel intern als extern, omdat we zeer snel waren gegroeid. Nu hebben we de fundering, de muren en de kamerindeling daarvoor gemaakt. Vanuit het oogpunt van een ingenieur lijkt dit misschien een vreemde benadering, maar het is niet ongebruikelijk voor bedrijfsmerken, aangezien een organisatie zichzelf eerst nog moet vinden. De mensen – d.w.z. het personeel – die er nu werken, vullen dit huis met leven.

Hoe ziet dit «leven» er concreet uit? We zijn uitgegaan van de vastgelegde bedrijfsstrategie. We willen met vreugde, bekwaamheid en verantwoordelijkheidszin tot een van de beste voedingsbedrijven van Europa horen. We hebben dit samengevat in de merkkern «Leading in Food». In ontelbare gesprekken en analyses hebben we vastgesteld dat we, ondanks de vele vestigingen en verschillende bedrijfsgechiedenissen, een verbazingwekkend aantal waarden delen. Zoals in een grote familie, waar er vaak verschillende karakters zijn en toch iedereen bij elkaar blijft. De overeenkomsten konden snel gevonden worden, ze waren er bijna allemaal al. We hoefden deze eigenlijk alleen in missies te concretiseren.

Laten we bij de missies blijven: in 2017 werden de missies «Kwaliteit», «Genot» en «Duurzaamheid» gepresenteerd. Zijn die nu dus vervangen? In de afgelopen jaren is duidelijk geworden waarin wij ons als groep op de markt onderscheiden. Wij moesten het wiel niet opnieuw uitvinden, maar deze enigszins algemene begrippen herformuleren tot duidelijke boodschappen. «We houden van genot» staat voor de hoogste kwaliteit en een brede expertise. «We geven vorm aan de toekomst» toont de energie waarmee we zaken aanpakken en verder ontwikkelen. Ten slotte «We leven verantwoordelijk», wat ons engagement onderstreept om in



Davide Elia,
hoofd Corporate Marketing & Communication

Davide Elia heeft sinds 1997 verschillende functies bekleed op het hoofdkantoor van Bell. Vandaag is hij verantwoordelijk voor Corporate Marketing en voor de bedrijfscommunicatie. In de afgelopen jaren heeft hij de groei van de Bell Food Group op de voet kunnen volgen en heeft hij de verschillende bedrijven van de groep leren kennen. In zijn vrije tijd staat zijn gezin met zijn dochter en tweelingzonen centraal, en daarnaast houdt hij ook van reizen en lezen.

harmonie met onze omgeving te leven. Het is voor mij belangrijk te benadrukken dat deze missies niet opgelegd zijn, maar overeenkomen met wie we zijn en wat we doen.

Wat betekent dat voor de werknemers in de toekomst? Wat verandert er? In principe zijn er weinig veranderingen voor de werknemers. Voor de werknemers blijft de aandacht gericht op de lokale merken. De verbondenheid met de groep zal in de toekomst echter meer merkbaar worden. De bewezen lokale cultuur en identificatie worden aangevuld met de mogelijkheden van een sterke gemeenschap.

«Wij combineren ieders sterke punten.»

Endrik Dallmann, waarom heeft een bedrijf een werkgeversmerk nodig? Merken vervoeren emoties, waarden, geloofwaardigheid. Een werkgeversmerk – in het Engels employer brand – moet dat ook doen. Wat voor cultuur staat mij te wachten, welke waarden worden in het bedrijf belangrijk gevonden en ook nageleefd?



Endrik Dallmann, divisieleiding

Endrik Dallmann (53) is sinds 1994 werkzaam bij Hügli, recentelijk als lid van de divisieleiding. De bedrijfseconoom heeft een groot aantal operationele Hügli-projecten geleid en is sinds maart 2021 verantwoordelijk voor het HR-management van de Bell Food Group. Zijn vrije tijd brengt hij het liefst door met zijn vrouw, zijn drie dochters en hun twee flat-coated retrievers, in het beste geval op een strand in Sankt Peter-Ording. Als dat niet mogelijk is, houdt hij zich graag bezig met fietsen, bakken of koken.

Waar staat de Bell Food Group dan voor als werkgever? Ondanks zijn omvang is de Bell Food Group een bedrijf met een grote diversiteit, vlakke hiërarchieën, snelle besluitvormingsprocessen en bovenal een grote passie. De mensen die werken voor de Bell Food Group zijn nauw verbonden met het bedrijf, net zoals het bedrijf nauw verbonden is met zijn mensen. We willen er zijn voor alle werknemers, ondernemend denken aanmoedigen en de bijdrage van elk individu aan onze algemene prestaties waarderen.

Dus zal er nu op HR-niveau alleen nog maar de Bell Food Group zijn? Welke rol speelt de groep hierin? Nee, lokaal zal de focus nog steeds op lokale werkgeversmerken liggen. In de loop der decennia hebben zij een uitstekende regionale erkenning en waardering verworven. In de toekomst zullen we echter meer nadruk leggen op onze band met de Bell Food Group. We combineren dus de respectieve sterke punten – het regionale belang van het werkgeversmerk in combinatie met de voordelen die verbonden zijn aan een grote groep van bedrijven.

In tegenstelling tot een plaatselijk middelgroot bedrijf kan de Bell Food Group bijvoorbeeld een ander niveau van voortgezette opleiding, ontwikkelingsmogelijkheden in het gehele concern, werkzekerheid en internationale samenwerking bieden.

Na een blik in de toekomst, kijken we nu naar vandaag: Waar staat de Bell Food Group vandaag volgens u? Zelf werk ik hieraan mee sinds begin 2018, toen de Bell Food Group de Hügli Group overnam. Persoonlijk vind ik dat gezien de korte tijd, er een geweldige familie is ontstaan. De bereidheid om zich open te stellen, vertrouwen te hebben en manieren van samenwerking uit te proberen, om te verbeteren wat goed is en ook om mislukkingen te aanvaarden en ervan te leren, is in mijn ogen zeer groot.



HET WERKGEVERSMERK De mens centraal

Bij Bell Food Group staat de mens centraal. Met zijn individuele mogelijkheden, met zijn behoeften en onze gemeenschappelijke doelen. Wij willen dat onze werknemers met plezier naar hun werk komen en dat ze kunnen bijdragen tot ons gemeenschappelijk succes. Wij bieden een open en menselijke werkomgeving die wordt gekenmerkt door respect.

Waar ziet u de grootste uitdagingen in de nabije toekomst? We hebben allemaal onze eigen «comfortzones». Vandaag leven we in een werkwereeld vol snelle veranderingen. We worden dus gedwongen onze comfortzone telkens weer te verlaten. Sommigen vroeger, anderen later.

Daar kunnen wij als HR ons ook achter zetten: we zijn partners van onze klanten. Zowel voor de managers aan de lijn, maar vooral voor alle werknemers.

De mensen in het bedrijf begeleiden en ondersteunen, open omgaan met angsten en bezorgdheden en steeds nieuwe kansen en wegen zien, is de grootste uitdaging – wij mensen maken het verschil.

We worden telkens weer gedwongen onze comfortzone te verlaten.

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

DE ENIGE CONSTANTE IS VERANDERING

«Niets is zo constant als verandering», zei Heraclitus van Efese rond 500 voor Christus. Hij heeft tot op de dag van vandaag gelijk. Verandering hoort bij het leven; ook de economie en de beroepswereld zijn onderhevig aan voortdurende veranderingen. Veranderingen kunnen ingrijpend zijn of slechts bijkomstig, maar u moet er in elk geval mee omgaan. Werknemers van de Bell Food Group vertellen hoe zij hiermee omgaan in hun professionele omgeving.



Sven Friedli

Hoofd Shared Service Center IT/CIO
bij Bell Food Group in Basel

«De enige constante is verandering. Wij leven in een zeer snel evoluerende tijd die gekenmerkt wordt door verandering. Digitalisering biedt veel kansen die we kunnen benutten – maar ook uitdagingen die we moeten aangaan. Zonder IT zou er vandaag geen sla worden verpakt, geen pizza worden bezorgd en geen koe worden geslacht bij de Bell Food Group. Bovendien komen er elke dag nieuwe kansen en vereisten op ons pad die onze IT-systemen en -processen veranderen. Om deze complexiteit onder controle te krijgen en de nodige operationele stabiliteit te waarborgen, is het van enorm belang deze veranderingen actief te beheren.

Naar mijn mening zijn er drie essentiële succesfactoren: Enerzijds moeten wij inzicht krijgen in de behoeften van ons bedrijf, zodat wij onze systemen doelgericht verder kunnen ontwikkelen. Aan de andere kant moeten we ook duidelijk laten zien wat onze doelen zijn en waar de reis naartoe moet leiden, zodat onze teams de juiste beslissingen kunnen nemen in deze snel veranderende wereld.

En last but not least, maar daarom niet minder belangrijk: We moeten allemaal samenwerken en elkaar steunen. Over alle organisatorische grenzen heen. Zoals ik altijd zeg: «People, not systems, make the difference!»



Ricardo Hutter

Category Cluster Leader Trading Goods
bij Hügli in Steinach

«Mijn motivatie bij Hügli Group Procurement is om uitdagingen te zien als nieuwe kansen voor ons bedrijf en mijzelf. Als competente dienstverlener is het mijn zorg om mij te richten op onze interne en externe klanten. Meestal lukt het, maar eerlijk gezegd niet altijd. Wat voor mij hier relevant is, is reflectie vanuit kennis en een gezonde feedbackcultuur, zodat we als organisatie ook de moed hebben om nieuwe innovatieve wegen in te slaan.

Verandering kan altijd tot verwarring leiden. Daarom wil ik dat mijn werkgever zo transparant en open mogelijk is in zijn communicatie. In onze nieuw georganiseerde Group Procurement, bijvoorbeeld, kan ik als lid actief deelnemen aan de strategie en samen met het team de verhaallijn helpen vormgeven.»



Selina Lorenz

Projectmanager Corporate Business Development
bij Hilcona in Schaan

«Als projectmanager bij Hilcona Business Development kom ik in mijn professionele context heel vaak in aanraking met het thema «verandering». Persoonlijk sta ik open voor verandering. Vanuit mijn oogpunt zijn deze in eerste instantie noch positief noch negatief: Het is wat we er van maken dat telt. Wanneer ik geconfronteerd word met een verandering, vraag ik me altijd af wat deze verandering voor ons betekent en hoe we ze als een kans kunnen benutten.

Naar mijn mening is het zeer nuttig te beseffen dat een verandering altijd gepaard gaat met een zekere mate van onzekerheid, omdat nog onduidelijk is welke gevolgen zij zal hebben. Daarom is er bij verandering altijd moed nodig om deze ondanks de onzekerheden te omarmen en het beste uit de verandering te halen. Ik zou graag zien dat deze moed voor ons als bedrijf blijft bestaan.»



Ramon Lingg

Hoofd RHB-magazijn
bij Geiser in Schlieren

«Persoonlijk sta ik open voor verandering. Ik zie ze ook altijd als uitdagingen. Over sommige veranderingen moet ik eerst grondig nadenken om mijn handelswijze te kunnen plannen. Misschien wachtte ik zelfs op andere veranderingen. In ieder geval probeer ik de situatie neutraal te benaderen, te observeren en er natuurlijk op te reageren.

Bij veranderingen is directe en transparante communicatie met de werknemers van groot belang.

Ik waardeer het enorm dat ik weet dat ik op elk moment contact kan opnemen met mijn supervisor als ik een probleem heb of iets niet duidelijk is.

En wat men ook nooit mag vergeten: Wanneer een verandering tot een succes heeft geleid, ontvangen werknemers graag lof of waardering.»



Gergely Tóth

Inkoop
bij Eisberg in Gyál

«Als kwaliteitsinspecteur heb ik de grondbeginselen van het bedrijfsleven geleerd en kan ik dus mijn ervaring inbrengen bij de inkoop. Ons beroep wordt gekenmerkt door voortdurende verandering. Wij moeten ons dagelijks snel en adequaat aan deze veranderingen aanpassen, bijvoorbeeld aan de moeilijkheden in verband met weersveranderingen en de daarmee gepaard gaande grondstoffenproblemen – factoren die alle werknemers aangaan. Voor zover ik kan, ga ik deze veranderingen tegemoet met een directe, adequate communicatie en een snelle reactie op de problemen die zich voordoen.

Ons bedrijf reageert flexibel op veranderingen, en als werknemer kan ik rekenen op het vertrouwen en de steun van mijn supervisors.»

Van Weisswurst tot rijstpap

VERFRISSEND divers

Warm of koud, zoet of hartig, voor een uitgebreide kooksessie of een snelle maaltijd op kantoor – de nieuwe producten van de Bell Food Group zorgen dit najaar voor genot in elke situatie. De productontwikkelaars hadden opnieuw zowel vleesliefhebbers als mensen die voor een vegetarisch of of veganistisch dieet kiezen, in gedachten. *mr*

Bell Duitsland:
Ham uit duurzame teelt

De vraag naar vleesproducten afkomstig van betere veeteelt-systemen neemt toe. En zo was Abrahams nieuwe «Katen-schinken aus Offenstallhaltung» (ham uit open stallen) al in de eerste weken na de introductie zeer populair aan de service-balie. Bij dit veeteeltconcept groeien de varkens in stallen die hun onder meer frisse lucht, daglicht en meer ruimte bieden. Een aantrekkelijke display voor de vleestoonbank informeert de klanten over deze veeteeltmethode en over andere goede kenmerken van de nieuwigheid.



Bell Duitsland:
Hamduo met biolabel

Het biologische assortiment van Abraham voor het zelfbedieningsschap heeft een dubbele boost gekregen met de «hamblokjes» en de «boerenham». Een aantrekkelijke verpakking met een opdruk in kraftpapier-look onderstreept het fabriekskarakter van de met het nieuwigheden. Op hun etiketten staan zelfs de desbetreffende productie-verantwoordelijken vermeld, die garant staan voor de hoge kwaliteit van de specialiteiten.



Bell Polen:
Oude Poolse specialiteit met traditielabel

Bell's «Droge Krakauer in Oude Poolse Stijl» draagt nu het label «Gegarandeerde Traditionele Specialiteit». Hiermee bevestigde het Poolse ministerie van Landbouw aan de collega's dat zij voldoen aan alle criteria inzake ingrediënten en productie die nodig zijn voor de toekenning van de prijs met het geel-blaue EU-logo. De gepekelde en zwaar gerookte worst met zijn delicate knoflookgeur is in heel Polen altijd een populaire delicatessen geweest.



Eisberg Zwitserland:
Saladbowls met herfstingrediënten

Dat saladbowls niet alleen in de zomer in het seizoen zijn, bewijst Eisberg Zwitserland met de nieuwe producten die in september in de verkoop zijn gegaan. Creaties zoals «Zoete Aardappel & Feta», «Pompoen, Quinoa & Zoete Aardappel» en «Falafel & Pompoen» zijn bedoeld voor iedereen die bewust wil eten. Twee van de drie bowls zijn ook geschikt voor veganisten.



Eisberg Oostenrijk:
Broodjes voor Weisswurst-liefhebbers

Sommigen beginnen de dag graag met een stevige maaltijd in de ochtend. De anderen wachten met de stevige snack tot de lunchpauze. Gelukkig smaakt het nieuwe pretzelbroodje met Weisswurst en mosterd van Eisberg Oostenrijk op elk moment van de dag goed. Het ronde broodje met sappige plakjes Weisswurst uit het broodjesassortiment is sinds eind september verkrijgbaar aan de Oostenrijkse to-go-balies.



Bell Frankrijk:
Nieuw assortiment in vouwverpakkingen

Onlangs heeft Bell zijn klanten in Frankrijk ook voor het eerst kunnen verblijden met vleeswaren in de praktische en duurzamere vouwverpakking. Het nieuwe assortiment omvat bijvoorbeeld «Jambon sec de Savoie», «Prosciutto Crudo» of «Serranoham», enkele geselecteerde Franse en internationale specialiteiten. Aangezien dit type verpakking nog vrij nieuw is voor de Franse consument, geven pictogrammen uitleg over de gemakkelijke hantering. Het hoogwaardige verpakkingsontwerp weerspiegelt ook de kwaliteit van de producten.



Eisberg Oostenrijk:
Krokante kipsticks

Dankzij een nieuwe productiefaciliteit brengt Eisberg Oostenrijk nu nog meer variatie in zijn convenience-assortiment. Waaronder de nieuwe «kipsticks met cornflakeskorst». De diepgevroren sticks, puur of extra verfynd met chilipeper en kaas, kunnen in enkele minuten in een pan of in de oven worden bereid.



Hilcona:
Nieuwe look en biogroei

Nu hoeft niemand nog lang te zoeken naar zijn favoriete Hilcona-pasta. Dit wordt gewaarborgd door de nieuwe praktische kleurcodering die het Liechtensteinse bedrijf heeft ingevoerd in het kader van de herlancering van de verpakkingen van «Pasta Classica», «Pasta Bio» en «Mini's». Bovendien bieden zelfverklarende pictogrammen de klanten in één oogopslag belangrijke informatie, zoals de bereidingstijd. Met «Bio Tortelloni Pomodoro e Mozzarella» en «Bio-Spätzle» heeft Hilcona nu ook twee nieuwe producten met het bio-label in haar assortiment voor alle deegwarenfans.



Tasting Box voor de voedingsindustrie

Deze zomer ontvingen snackproducenten in heel Europa met veel plezier een ongewoon degustatiepakket van de divisie Voedingsindustrie van Hügli. De elegante zwarte Tasting Box bevatte twee snackkruiden voor eigen bereidingen, alsmede twee zakjes chips met verschillende smaken om onmiddellijk te proeven.

De campagne droeg de titel «Amplified Heat» of in het Duits «verstärkte Schärfe». Een actuele trend in snackkruiden die pikant combineert met frisheid, specerijen en rooksmak. De deskundigen van de voedingsindustrie hebben rond dit thema tien nieuwe snackkruiden ontwikkeld, zoals «Trinidad Scorpion Chili meets Lime», «Mustard Habanero Fusion» of «Mozambique Piri Piri Chicken».

De mailing werd aangevuld met een brochure waarin niet alleen de nieuwe variëteiten werden voorgesteld, maar ook Hügli's uitgebreide service voor snackfabrikanten.



Topscore voor Hilcona-Spätzlini



De «Spätzlini Mini's» van Hilcona scoorden «zeer goed» in de spätzle-test van het tijdschrift Öko-Test. De testers hadden voor het meinumner 20 spätzleproducten van verschillende fabrikanten onder de loep genomen. Naast Hilcona behaalde slechts één andere deelnemer de topscore.

De deskundigen waren niet alleen positief over de goede smaak en de aantrekkelijke goudgele kleur, maar ook over het feit dat de eieren voor de Spätzlini afkomstig zijn van kippen met vrije uitloop.

De Hilcona-pastasoorten in miniformaat, waaronder ook «Gnocchini» en «Tortellini» vallen, zijn zeer geliefd bij onder meer kleine fijnproevers, omdat ze zelfs met kinderhandjes perfect kunnen worden opgeschept. En door de snelle bereiding in de pan is het ook een praktisch ingrediënt voor een heerlijke gezinsmaaltijd.

Hügli:
Pasta en rijstpap in een handomdraai

Twee nieuwe categorieën in de Hügli «Express gerechten» bieden nog meer keuze voor snel genieten. De vijf nieuwe soorten «Express pasta» brengen een stukje Italië op tafel. Fijnproevers kunnen ook uitkijken naar de nieuwe «Express Rijstpap». Beide variëteiten, die de kleinhandelaars als huismerkproducten op de markt kunnen brengen, kunnen in enkele minuten in de microgolfoven of in een kookpot worden opgewarmd.

Hügli:
Banketbakkersroom voor het wow-effect

Met de nieuwe Banketbakkersroom van Voageley kunnen foodserviceklanten van Hügli zonder al te veel moeite doeltreffende desserts op tafel toveren. Hiervoor volstaat het het poeder koud met water te mengen en het desgewenst te verfijnen met ingrediënten zoals slagroom, vruchtenpulp of notenpasta's. Met een beetje creativiteit kunt u alles maken, van de klassieke Napoleontart tot de trendy cupcake, allemaal met nieuwe zoete verrassingen uit uw eigen keuken.



Rebranding bij Cher-Mignon

Cher-Mignon produceert al meer dan honderd jaar traditionele vleeswaren uit Wallis. De onmiskenbare specialiteiten van de kleine fabriek in Cher-Mignon, gelegen op 1200 meter, die sinds 2016 deel uitmaakt van de Bell Food Group, worden gemaakt van de beste ingrediënten volgens traditionele methoden en recepten. Dit houdt bijvoorbeeld in dat de hammen zorgvuldig met de hand worden gezouten en vervolgens in de frisse berglucht worden gedroogd.



Hoewel deze regionale vleeswaren in het hele land populair zijn, is het traditionele merk tot dusver het bekendst in Romandië, het Franstalige deel van Zwitserland. Dat zal nu veranderen: Na een rebranding zijn bestsellers zoals «gedroogd vlees uit Wallis» en «rauwe ham uit Wallis» sinds september in heel Zwitserland onder de merknaam Cher-Mignon te koop.

De Kruidenwereld

Als het om de juiste kruiden in de gastronomische keuken gaat, zijn de klanten van foodservice bij Hügli in goede handen. De kracht van de positie van de convenience-specialisten in dit segment blijkt uit hun nieuwe totaalconcept voor kruidenmixen.

In de speciaal ontwikkelde verkoopfolder vinden gastronomes alles wat ze moeten weten over de wereld van de Hügli-kruidenmengsels. De folder bevat talrijke kant-en-klare kruidenrijen voor de bereiding van bijvoorbeeld vis, vlees of groenten, overzichtelijk gerangschikt per categorie. Natuurlijk mag ook een recepttip van Head of Culinary Advisor en BBQ-expert Philipp Glauser voor een authentieke basismarinade niet ontbreken.

Bovendien profiteren de klanten van Hügli ook van een slim verpakkingsconcept voor kruidenmengsels met afvalbesparende navulzakjes voor herhalingsaankopen.



Hügli:
Kleine vlokken met groot effect

Als vervanger van Parmezaanse kaas of als sterke smaakmaker – de nieuwe gistvlokken van granoVita kunnen op verschillende manieren worden gebruikt en ondersteunen met hun waardevolle ingrediënten ook een bewuste voeding. Zo zijn bijvoorbeeld de «VitalPlus Edeligistvlokken» rijk aan vitamines en mineralen. Met de «VeganPlus B12-gistvlokken» brengt het merk Hügli bovendien de eerste variant op de markt die extra verrijkt is met vitamine B12. Een ideaal supplement om B12-tekort te voorkomen bij een veganistisch dieet.



Vacuüm koken met Sous-vidé

GEWELDIGE SMAAK- ERVARING OP EEN KLEIN VLAMMETJE

Er is nauwelijks een gerecht dat niet in een vacuüm gekookt zou kunnen worden. De garantie op succes dankzij sous-vidé is niet langer een geheim in de horeca, maar wordt door steeds meer hobbykoks ontdekt.



Hoe kan worden gegarandeerd dat de maximale smaak uit vlees, vis en groenten wordt gehaald? Sous-vidé koken is veel meer dan alleen hete lucht. Het is een populaire methode, die tot nog niet zo lang geleden vooral in de professionele gastronomie werd gebruikt, en dankzij welke het woord malsheid een nieuwe betekenis krijgt. Het voedsel wordt in de vacuümzak in het waterbad geplaatst en precies op het gewenste kookpunt gebracht bij een relatief lage, constante temperatuur. Het luchtdichte deksel zorgt ervoor dat het sap niet ontsnapt en dat de intense smaken zich ontwikkelen. De inhoud wordt gelijkmatig gekookt en gezonde voedingsstoffen zoals vitamines blijven beter behouden in vergelijking met andere methoden. Ten slotte worden de perfecte vleeskorst en de fijne braadaroma's vlak voor het serveren gecreëerd door het aanbraden. De betrouwbaarheid waarmee vlees, vis, groenten en zelfs chocopasta in optimale vorm kunnen worden gebracht, is niet alleen voor restauranthouders overtuigend, maar ook amateurkoks krijgen de smaak steeds meer te pakken.

Naast een kalfsossobuco en een runderbrasato, die vanaf september bij Coop in de Zwitserse detailhandel verkrijgbaar zullen zijn, brengt Bell andere vleesklassiekers op de markt die eveneens volgens het sous-vidé-procédé zijn vervaardigd, maar gericht zijn op de professionele gastronomie. Onder andere gebraden varkensvlees, gebraden kalkoen en gekookt rundvlees. De producten worden bij Geiser AG in Schlieren gekruid, gemarineerd en gedurende negen tot veertien uur bij een constante temperatuur gekookt voordat ze hun weg vinden naar de professionele keuken. De gastronomo profiteert van een vleesproduct dat rijk is aan smaak en van hoge kwaliteit, dat hij kan verfijnen met zijn eigen garnituren en afzonderlijk kan opwarmen met de saus van zijn keuze, schikken en onmiddellijk opdienen. Binnen enkele minuten liggen heerlijke klassiekers met de persoonlijke signatuur van de chef op het bord van de



Sous-vidé doet langzaam maar zeker zijn intrede in de Zwitserse privékeuken.

Zachte verleiding: Sous-vidé voor thuis

Van sint-jakobsschelpen tot crème brûlée – zo ongeveer alles kan in een vacuüm worden bereid. De juiste uitrusting is, naast een constante kooktemperatuur, het geheim van een geslaagd gerecht. Een vacuümsealer en -zak zijn onmisbaar. Hiervoor gebruikt u een grote kookpan (min. 4,5 liter). Om de temperatuur te controleren kan een vleesthermometer of een drijvende thermometer worden gebruikt. Een elektrische sous-vidé-staaf of een kooktoestel dat het water met precisie verwarmt, maakt alles gemakkelijker. De nieuwste modellen kunnen worden bediend via een app op de smartphone.



gasten. «In de gastronomie is sous-vidé al lang een beproefde methode, terwijl de term in de gemiddelde Zwitserse keuken nog nauwelijks bekend is», legt Jan Schemmer, hoofd productmanagement/ontwikkeling bij Bell in Zwitserland, uit. De aan het begin van dit artikel genoemde detailhandelsproducten zijn bedoeld om dat te veranderen.

Hoewel de opkomende trend van de laatste jaren die indruk zou kunnen wekken, is sous-vidé zeker geen nieuwe uitvinding. Vacuüm koken heeft aan populariteit gewonnen en geleidelijk zijn weg gevonden naar de keukens van nieuwsgierige en experimentele fijnproevers. «Vooral bij de bereiding van bijzonder dure stukken weten we dat onze klanten zich zorgen maken over de beschadiging van het hoogwaardige vlees bij het bakken of grillen. Elke pan en elke grill gedraagt zich anders, dus het resultaat kan snel onvoorspelbaar worden», zegt Schemmer. Als men zich daarentegen bij sous-vidé houdt aan de voorgeschreven kooktijden en temperatuurtabellen, staat de bereidingswijze garant voor een smaakervaring zonder veel gepruts en zorgen, het soort ervaring dat men gewoonlijk meer associeert met de keuken van een gastronomisch restaurant. • ap

Het stuk vlees blijft sappig en de intense smaken komen tot uiting.

Grandioze finale bij de Bell Burger Challenge 2021

Dit is hoe winnaars eruit zien

Met haar «Surf & Turf Beefburger» kwam Iris Ambühl dit jaar met grote voorsprong als winnares uit de bus bij de Bell Burger Challenge. De 26-jarige chef-kokkin en vleesspecialiste heeft onlangs haar eigen bedrijf opgericht en verblijdt sindsdien haar klanten in het Berner Oberland met ongewone hamburgercreaties in haar foodtruck, de «Gnuss-Truckli». • *mr*

Het winnende recept van Iris Ambühl

Exotische «Surf & Turf Beefburger» met reuzengarnalentartaar, guacamole en «Hot Sour Cream»

Ingrediënten voor de burger

200 g rundvlees, grof gehakt
1 briochebroodje
Kruidenboter
1 perzik, in kwartjes gesneden
4 plakjes spek
Tomaten in plakjes, blaadjes sla
1 reuzengarnaal
2 el olijfolie
Knoflook, fijngehakt
Gember, vers geraspt
Limoensap
Chilipeper, fijngehakt
Citraengras, fijngehakt
Sesamzaad, zwart
4 el Hot Sour Cream
(zie apart recept)

Bereiding: Doe peper en zout bij het vlees en vorm het tot een patty. Meng de olijfolie, knoflook, gember, limoensap, chilipeper, citraengras en sesamzaadjes en marineer hierin de garnalen (bij voorkeur opengesneden) gedurende 20 minuten. Gril de patty op een hoog vuur gedurende ca 4 minuten aan beide kanten en houd ze warm. Gril de perzik en het spek. Omwikkel vervolgens de

kwartjes perzik met het spek. Grill de garnalen ca. 1 minuut per kant en houd ze warm. Besmeer de binnenkant van de broodjes helften met kruidenboter en rooster ze op de grill. Doe vervolgens 2 el Hot Sour Cream op de onderste helft van het broodje en leg er de patty, perzikkwartjes met spek, sla, tomaten en nog eens 2 el Hot Sour Cream in die volgorde op. Leg de bovenste helft van het broodje op de burger met een fonduevork en versier met de gegrilde garnaal.

Ingrediënten voor de Hot Sour Cream

4 el Hellmann's mayonaise
8 el crème fraîche
Diverse kruiden, fijngehakt
Knoflook, fijngehakt
Gember, fijngehakt
Limoensap en -zeste
Chilipeper, fijngehakt
Zout en peper

Bereiding: Meng alle ingrediënten goed met elkaar en weeg af naar eigen voorkeur.

Ingrediënten voor de reuzengarnalen-tartaar met guacamole

1 verse reuzengarnaal
Ananas, in dunne schijfjes gesneden
Avocado en tomaat, in fijne blokjes gesneden
Olijfolie
Limoensap
Chilipeper, fijngehakt
Gember, fijngehakt
Sesamzaad, zwart
Knoflook
Zout en peper
Koriander, fijngehakt

Bereiding: Grill de ananasschijfjes tot ze een mooi patroon krijgen. Meng de avocado en tomaat met olijfolie, peper en zout om een guacamole te maken. Snijd de reuzengarnaal fijn en marineer met de overige ingrediënten. Om op te dienen, legt u de ananasschijfjes in bloemvorm en gebruikt u een vormpje om een toren van guacamole (onder) en reuzengarnalentartaar (boven) te bouwen. Versier met bloemen en serveer met de burger.



«Waarschijnlijk heb ik gewonnen omdat ik ervoor gekozen heb met de producten uit de aangeboden mand een reuzengarnalentartaar te maken voor bij de hamburger. Buiten mij had niemand anders dit idee. In ieder geval ben ik erg blij met de overwinning tegen de toch wel zeer sterke concurrentie.»

Iris Ambühl, winnares van de Bell Burger Challenge 2021



BELL BURGER CHALLENGE 2021

33 mannelijke en 7 vrouwelijke burger-grillchefs uit 16 verschillende kantons hadden zich gekwalificeerd voor de finale van de Bell Burger Challenge 2021 in de Lokstadt-hal «Rapide» in Winterthur. Vooraf hadden ze de vakjury overtuigd met hun ingezonden creaties, en ijverig likes verzameld van hun fans of een wildcard gekregen van partnerradiostations. De finaledag op 4 september was weer een groot spektakel met veel gesis en gestapel. Naast winnares Iris Ambühl uit Sigriswil, namen Marc Sarasin uit Basel en Ronny Lietha uit Chur de tweede en derde plaats in op het podium.

Jubilea

LOOK! feliciteert de jubilarissen van september tot november 2021

Bell Zwitserland

20 jaar dienst

Samir Amity, 1 september, Geiser, Schlieren
Joachim Grinan, 1 september, Bell, Basel
Halil Kenan, 1 september, Geiser, Schlieren
Mehmed Burzic, 10 september, Geiser, Schlieren
Karin Provin, 17 september, Bell, Basel
Koti Zola Samba, 17 september, Bell, Basel
Paul Fuhrmann, 1 oktober, Bell, Oensingen
Miroslav Fusuljevic, 1 oktober, Bell, Basel
Michèle Gross, 1 oktober, Bell, Basel
Christophe Klinzig, 1 oktober, Bell, Basel
Harouna M'Baye, 1 oktober, Bell, Basel
Christophe Meder, 1 oktober, Bell, Basel
Catherine Muller, 1 oktober, Bell, Basel
Maria Pereira Alves, 1 oktober, Bell, Cheseaux
Mamadou Lamine Sane, 1 oktober, Bell, Basel
Alain Schmitt, 1 oktober, Bell, Basel
Jeyarasa Soosaimuthu, 1 oktober, Geiser, Schlieren
Fisnik Sheholli, 8 oktober, Bell, Oensingen
Jelena Filipovic-Simic, 10 oktober, Bell, Oensingen
Jean-Pierre Bissel, 15 oktober, Bell, Basel
Dominik Elsasser, 15 oktober, Bell, Zell
Gregory Gaudry, 15 oktober, Bell, Basel
Danielle Girny, 15 oktober, Bell, Basel
Frédéric Klein, 15 oktober, Bell, Basel
Bayram Dogu, 22 oktober, Bell, Basel
Mus Gjidodaj, 24 oktober, Bell, Zell
Peter Hess, 29 oktober, Bell, Zell
Denis Jaworek, 1 november, Bell, Basel
Philippe Roth, 1 november, Bell, Basel
Prenk Rrasi, 1 november, Geiser, Schlieren
Laurent Schot, 1 november, Bell, Basel
Frédéric Soder, 1 november, Bell, Basel
Cédric Verpillot, 1 november, Bell, Basel
Willy Patric Billaud, 5 november, Bell, Basel
Sandrine Ott, 12 november, Bell, Basel
File Kolaj, 19 november, Bell, Zell

25 jaar dienst

Jacqueline Heimberg, 1 september, Geiser, Schlieren
Ulrich Süss, 1 september, Bell, Basel
Zoran Kostadinov, 2 september, Bell, Cheseaux
Josef Dähler, 16 september, Bell, Basel
Maria José Portela, 17 september, Bell, Cheseaux
Alexandra Abt-Hugo, 1 oktober, Bell, Basel
Stephan Wolf, 1 oktober, Bell, Basel
Rene Kühni, 14 oktober, Bell, Zell

30 jaar dienst

Vijayakumar Arumugam, 1 september, Bell, Zell
Laurent Roth, 1 september, Bell, Basel
Frederic Schalck, 1 september, Bell, Basel
Rene Böhl, 9 september, Bell, Basel
Ivo Martinovic, 1 oktober, Bell, Basel
Michel Okkes Kilinc, 3 oktober, Bell, Cheseaux
Katia Gebel, 4 november, Bell, Basel
Thomas Hubacher, 4 november, Geiser, Schlieren

35 jaar dienst

Bruno Richard, 1 september, Bell, Basel
Véronique Rapp, 15 september, Bell, Basel
Marie Berthe Hohler, 13 oktober, Bell, Basel
Anita Lucagrossi, 15 oktober, Bell, Basel
Hubert Goepfert, 20 oktober, Bell, Basel

40 jaar dienst

Mario Laino, 22 november, Bell, Basel

45 jaar dienst

Philippe Martin-Burdet, 1 september, Bell, Cheseaux

Met pensioen

Vinka Gasic, 31 mei, Bell, Zell (*Addendum*)
Werner Schnider, 31 juli, Bell, Zell (*Addendum*)
Matine Bret, 30 september, Bell, Basel
Bruno Ruckstuhl, 30 september, Bell, Zell
Didier Reffet, 31 oktober, Bell, Basel

Met vervroegd pensioen

Maria Ferreira Rodrigues, 30 september, Cher-Mignon, Chermignon
Peter Kaiser, 30 september, Bell, Oensingen
Edith Ritter, 31 oktober, Bell, Basel
Rolf Grogg, 30 november, Bell, Oensingen
Alain Schaeffer, 30 november, Bell, Basel

Overleden

Sheriff Bah, 8 juli, Bell, Zell

Bell International

20 jaar dienst

Stephan Holst, 1 september, Bell Duitsland, Seevetal
Madeleine Roger, 3 september, Bell Frankrijk, Teilhède
Erich Thomas, 3 september, Bell Frankrijk, Teilhède
Jerome Lanord, 5 september, Bell Frankrijk, Teilhède
Severine Rivoire, 9 september, Bell Frankrijk, Saint-Symphorien-sur-Coise
Régine Baton, 10 september, Bell Frankrijk, Saint-Symphorien-sur-Coise
Jorge Frazao, 10 september, Bell Frankrijk, Saint-Symphorien-sur-Coise
Myriam Mingorance, 10 september, Bell Frankrijk, Teilhède
Stefan Dziadoń, 30 september, Bell Polen, Niepołomice
Raphael Auriac, 1 oktober, Bell Frankrijk, Teilhède
Izabela Zięba, 4 november, Bell Polen, Niepołomice
Regina Frerichs, 19 november, Bell Duitsland, Harkebrügge
Kornelia Marks, 19 november, Bell Duitsland, Harkebrügge
Martin Hager, 30 november, Frisch Express, Pfaffstätt
Rafał Szafraniec, 30 november, Bell Polen, Niepołomice

25 jaar dienst

Daniela Vitzthum, 13 juli, Hubers Landhendl, Pfaffstätt (*Addendum*)
Monika Seelhorst, 2 september, Bell Duitsland, Harkebrügge
Patrice Bonnier, 16 september, Bell Frankrijk, Saint-Symphorien-sur-Coise
Krzysztof Więclaw, 8 oktober, Bell Polen, Niepołomice
Roland Neeb, 14 oktober, Bell Duitsland, Edewecht
Kristiane Lützen, 14 november, Bell Duitsland, Harkebrügge

30 jaar dienst

Paulo Pires Amaro, 1 september, Bell Frankrijk, Teilhède
Paul Eidenhammer, 2 september, Hubers Landhendl, Pfaffstätt
Dagmar Groth, 9 september, Bell Duitsland, Edewecht
Simona Greve, 12 september, Bell Duitsland, Edewecht
Peter Schulz, 1 november, Bell Duitsland, Seevetal
Sylvie Colliard Salah, 18 november, Bell Frankrijk, Aime

35 jaar dienst

Christoph Czomera, 5 mei, Bell Duitsland, Edewecht (*Addendum*)

Met pensioen

Joel Avignone, 30 juni, Bell Frankrijk, Virieu-le-Grand (*Addendum*)

Huidige vacatures vindt u op:
bellfoodgroup.com/karriere

Convenience

20 jaar dienst**Eduard Borgart**, 1 september, HFC, Bad Wünnenberg**Erika Lechmann**, 1 september, Hügli, Steinach**Vladimir Kaus**, 3 september, Inter-Planing, Langenhaslach**Gabriele Mayer**, 4 september, Hügli, Radolfzell**Sime Barjasic**, 10 september, Hügli, Radolfzell**Resmije Krasniqi**, 14 september, Eisberg Zwitserland, Villigen**Herbert Haug**, 1 oktober, Hügli, Radolfzell**Andreas Kühnel**, 1 oktober, Hügli, Radolfzell**Anette Strässle**, 1 oktober, Hügli, Steinach**Wilhelm Bock**, 8 oktober, Hügli, Radolfzell**Jaromír Halasz**, 16 oktober, Hügli, Zásmuky**Aleš Havelka**, 16 oktober, Hügli, Zásmuky**Věra Krupičková**, 19 november, Hügli, Zásmuky**25 jaar dienst****Bernhard Zahn**, 1 september, Hügli, Radolfzell**Erich Raschke**, 2 september, Inter-Planing, Langenhaslach**Alic Sadeta**, 9 september, Hilcona Gourmet, Orbe**Adriano Antonio Santos Marques**, 30 september, Eisberg Zwitserland, Dällikon**Thomas Sieren**, 1 oktober, HFC, Bad Wünnenberg**Engin Yildiz**, 8 oktober, Hilcona, Schaan**Paul Margadant**, 15 oktober, Hilcona, Schaan**Harald Nardin**, 1 november, Hilcona, Schaan**Gerald Peisl**, 1 november, Hilcona, Schaan**Maria Virginia Pinto Rebelo**, 4 november, Eisberg Zwitserland, Dällikon**Veronika Block**, 10 september, Hügli, Radolfzell**30 jaar dienst****Patrizia Di Silvestre**, 1 september, Hilcona, Schaan**Jürgen Dreilich**, 2 september, Inter-Planing, Langenhaslach**Bernardino Barros Ferras**, 6 september, Sylvain & Co, Essert-sous-Champvent**Karin Berent**, 1 oktober, Hügli, Radolfzell**Daniel Lüthi**, 1 oktober, Hügli, Steinach**Bernadette Klammer**, 30 oktober, Hilcona, Schaan**Yvette Bignens**, 31 oktober, Hilcona Gourmet, Orbe**35 jaar dienst****Maria Alice Teixeira Pinto Ventura**, 2 september, Eisberg Zwitserland, Dällikon**Maria Urban**, 10 september, Hügli, Radolfzell**Met pensioen****Stanisław Jaszczyszyn**, 28 augustus, Eisberg Polen, Legnica (*Addendum*)**Anja Stöckle**, 30 november, Hügli, Radolfzell**Kausaladevi Thirukeswaran**, 30 november, Eisberg Zwitserland, Dällikon**Met vervroegd pensioen****Paul Margadant**, 31 oktober, Hilcona, Schaan**Günter Schett**, 31 oktober, Hilcona, Schaan**Overlijdens****Heinz Daetwyler**, 8 augustus, Hilcona, Schaan**Michael Ogriseck**, 8 augustus, Hügli, Radolfzell**ZOEKPLAAT****Win een
geschenkmand van
de Bell Food Group**

Het onbekende ontdekken en
kennismaken met producten die nog maar
pas op de markt zijn verschenen?
Geen probleem! Met de geschenkmand
van de Bell Food Group is dat
mogelijk! In de geschenkmand
wacht een grote lading culinaire
hoogstandjes van de
hele groep op u.

**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 januari 2022**

Stuur de oplossing samen met uw naam, uw (vroegere)
werkplek en 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.

Interview met Christoph Schatzmann en Marco Märsmann

«Iedereen moet zich deel voelen van het duurzaamheidsteam»

Duurzaamheid is een integraal onderdeel van de missie van de Bell Food Group. In een interview met «LOOK!blikken Christoph Schatzmann, projectleider bij Bell Zwitserland, en Marco Märsmann, hoofd van het Competence Center Kwaliteitsbeheer & Duurzaamheid bij de Bell Food Group, terug en vooruit. Hun belangrijkste doel: het thema duurzaamheid in ieders hoofd verankeren. • mr

Mijnheer Märsmann, de eisen die aan bedrijven worden gesteld om duurzaam te handelen, worden steeds strenger. Hoe staat het er op dit moment voor bij de Bell Food Group? Het thema is de laatste jaren steeds belangrijker geworden, en de eisen die wij zelf en ook anderen aan ons stellen, zijn steeds hoger geworden. Vandaag

staan we al ver op vele gebieden, maar we zullen de ontwikkeling voortzetten. Daarom is het belangrijk dat het thema een integrerend deel uitmaakt van onze missie en op het hoogste managementniveau wordt aangesneden door Lorenz Wyss, die de uitvoering mee aanstuurt. Duurzaamheid is niet gratis. Het is dus ook van cruciaal belang dat de middelen ervoor beschikbaar zijn. Kort samengevat: Bij de Bell Food Group houden we ons dagelijks met dit thema bezig en zijn we bereid de weg naar meer duurzaamheid in te slaan.

Marco Märsmann

Marco Märsmann is sinds begin dit jaar hoofd van de afdeling kwaliteitsbeheer & duurzaamheid bij Bell Zwitserland en hoofd van het Quality Competence Center Kwaliteitsbeheer & Duurzaamheid van de Bell Food Group. Daarvoor werkte hij van 2005 tot 2012 in de afdeling Seafood en vanaf 2015 als hoofd kwaliteitsbeheer bij Bell Zwitserland.

Christoph Schatzmann

Christoph Schatzmann werkt al bijna 35 jaar bij Bell in verschillende functies en was van 2015 tot 2020 hoofd van de afdeling kwaliteitsbeheer & duurzaamheid. Begin dit jaar verminderde hij zijn werklast tot 50% in het kader van een geleidelijke pensionering, maar hij blijft werken aan projecten, vooral op het gebied van duurzaamheid.



Mijnheer Schatzmann, u was de voorbije jaren verantwoordelijk voor duurzaamheid bij de Bell Food Group. Hoe verliep de ontwikkeling in die periode? Toen ik zes jaar geleden mijn functie als hoofd Kwaliteitsbeheer & Duurzaamheid overnam, was er enkel een rudimentaire duurzaamheidsstrategie uit 2013 die nooit echt was geïmplementeerd. Maar nu moest het thema tot leven worden gebracht. Een van mijn eerste taken was dan ook het ontwikkelen van een nieuwe strategie. Dit kwam in een spannende periode waarin de Bell Food Group sterk groeide en er met Hilcona en Hügli nieuwe bedrijfstacken met andere eisen bijkwamen. Tegelijkertijd

«De eisen rond duurzaamheid zijn steeds hoger geworden.»

groeide het besef dat we dit thema echt actief moeten aanpakken. Met de nieuwe duurzaamheidsstrategie die de Raad van Bestuur in 2017 heeft aangenomen, kregen de daarin uiteengezette waarden en beginselen een grotere betekenis en kreeg duurzaamheid een prominere plaats in ons bedrijf.

Mijnheer Märsmann, welke raakvlakken had u met het thema duurzaamheid voordat u iets minder dan een jaar geleden uw huidige functie aanvaardde? Ik ben me voor het eerst intensief met dit thema gaan bezighouden in 2007 als verantwoordelijke voor de inkoop en verkoop van Seafood bij Bell Zwitserland. In die tijd

werd de WWF Seafood Group opgericht, die tot op de dag van vandaag de inkoop uit duurzame bronnen in Zwitserland bevordert. Aangezien Coop een van de stichtende leden is, konden we al actief deelnemen aan het werk van de groep voordat we in 2012 officieel lid werden. Zo hebben wij bijvoorbeeld lokale vissers in de Filipijnen gemotiveerd om zich te laten certificeren volgens de standaard van de «Marine Stewardship Council», kortweg MSC. In die tijd heb ik veel geleerd over wat duurzaamheid inhoudt. Het was ook spannend dat ik als hoofd kwaliteitsbeheer bij Bell Zwitserland vanaf 2015 een voorproefje kon krijgen van de ontwikkeling van de laatste duurzaamheidsstrategie. Een goede voorbereiding voor mijn huidige taak.

«Wij moeten nog meer de aandacht vestigen op ons engagement.»

Mijnheer Schatzmann, waar ziet u de grootste uitdagingen voor de Bell Food Group op het gebied van duurzaamheid? Vandaag de dag willen bedrijven en eindklanten weten wat bedrijven bij wie ze kopen, doen op het gebied van klimaatbescherming, dierenwelzijn of afvalvermindering –

Mijlpalen op het gebied van duurzaamheid bij de Bell Food Group



«De GRI-standaard zorgt voor vergelijkbaarheid en transparantie»

kortom, wat ze op het gebied van duurzaamheid in de praktijk brengen. Ik vind dus dat we nog meer de aandacht moeten vestigen op ons engagement. Bovendien kunnen wij onze doelstellingen alleen bereiken als er voldoende personeel en financiële middelen beschikbaar zijn. En een derde belangrijk punt: We moeten onze ogen open houden en klaar staan om te reageren op nieuwigheden in dit dynamische proces. Dit omdat technologie zich steeds verder ontwikkelt, er steeds meer of strengere wettelijke voorschriften komen, en de eisen van de klanten veranderen.

Mijnheer Märsmann, de Bell Food Group heeft in augustus zijn tweede duurzaamheidsverslag gepubliceerd. Voor wie is dit bedoeld? Wij publiceren het duurzaamheidsverslag voor iedereen die wil weten waar de Bell Food Group op dit moment staat. Overigens doen wij dit in de wetenschap dat wij nog niet overal perfect op punt staan. Het is voor ons veel belangrijker dat we laten zien dat we op de goede weg zijn en onze verantwoordelijkheid nemen. Daarom hebben we voor de standaard van het «Global Reporting Initiative», kortweg GRI, gekozen.

Deze zorgt voor de grootst mogelijke vergelijkbaarheid en transparantie. Volgend jaar zullen we het verslag voor het eerst los van de jaarlijkse mediaconferentie presenteren, om nog meer aandacht te vestigen op ons engagement.

Mijnheer Schatzmann, hoe belangrijk zijn de werknemers van de Bell Food Group voor de uitvoering van duurzaamheidsvraagstukken? Elke werknemer moet zich een deel voelen van het duurzaamheidsteam. Want iedereen kan meehelpen. Of het nu gaat om het bellen van een vakman voor een druppelende kraan of om een betere recycling van bijproducten – elke bijdrage telt. Om nog meer bewustzijn te creëren, volgt er binnenkort een e-learningcursus. Deze cursus is verplicht voor het gehele personeel en dient om de werknemers bewust te maken en te motiveren. Nog een belangrijke maatregel om het thema in ons DNA te verankeren.

«Ik probeer oplossingen te vinden voor duurzaamheidsdilemma's.»

Mijnheer Märsmann, u werkt momenteel volop aan de nieuwe duurzaamheidsstrategie voor de Bell Food Group, die volgend jaar moet worden goedgekeurd. Wat zullen de belangrijkste innovaties zijn? In de eerste plaats zijn we een nieuwe weg ingeslagen om de essentiële thema's vast te leggen. Terwijl eerdere strategieën vanuit een intern perspectief werden ontwikkeld, hebben we ditmaal ook externe belanghebbenden erbij betrokken. Het gaat onder meer om klanten, investeerders en niet-gouvernementele organisaties. Intern hebben gespecialiseerde groepen met verschillende medewerkers uit de afdelingen zich beziggehouden met aspecten als broeikasgassen, dierenwelzijn of afval om te bepalen op welke gebieden actie kan worden ondernomen. Bovendien hebben we niet alleen onze eigen acties onder de loep genomen, maar ook de hele waardeketen, inclusief producenten en leveranciers. Met de nieuwe strategie leggen we nogmaals heel duidelijk de nadruk: We zijn geen «Follower». Integendeel zelfs, we zijn ambitieus en willen een leidende rol spelen.

Mijnheer Schatzmann, mijnheer Märsmann, jullie zijn beiden expert op het gebied van

duurzaamheid. Is dat ook te merken aan jullie persoonlijke levensstijl? Christoph Schatzmann: Natuurlijk ben ik er ook in mijn privé-leven mee bezig. Wij controleren bijvoorbeeld levensmiddelen aan de hand van onze zintuigen om na te gaan of ze nog eetbaar zijn ondanks het feit dat de houdbaarheidsdatum is overschreden. Maar soms – ik denk dat dat voor iedereen hetzelfde is – raak ik verstrikt in een tweestrijd. Bijvoorbeeld, als het gaat om een vliegreis die ik graag zou willen maken. Ik probeer dan een oplossing voor het dilemma te vinden, in dit geval bijvoorbeeld met een compensatiebetaling. Marco Märsmann: Ik neem het thema ook mee naar huis, natuurlijk. Het gaat dan om eenvoudige dingen zoals het koffiedik dat ik gebruik als meststof voor onze tomaten. Maar ook bij de aankoop van ons nieuwe huis was de naleving van de duurzaamheidsnormen een doorslaggevend criterium.

Meer kwaliteit met TopX

Retourzendingen met meer dan de helft verminderd

Er is één onderwerp dat niet mag ontbreken op de dagelijkse fabrieksvergaderingen van Bell's fabrieken: kwaliteit. Want dit is een belangrijk onderdeel van het TopX-verbeteringsproces. Het versvleesteam in Oensingen heeft ook intensief gewerkt aan de optimalisering van de kwaliteit en heeft daardoor het retourpercentage meer dan kunnen halveren.



Nog niet zo lang geleden kregen we in het productiebedrijf in Oensingen veel verpakte stukken vers vlees terug van klanten. In het kader van het verbeteringsproces heeft het team onder leiding van Fabienne Loosli en Michael Saner de zaak tot op de bodem uitgezocht.

De Oensingers hebben daarom eerst gegevens verzameld over de redenen voor klachten. Het was snel duidelijk: Een van de meest voorkomende oorzaken van retourzendingen was lucht in de vacuümverpakking. Dus begonnen ze het speciale project «Lucht».

«We keken wekelijks naar de relevante kerncijfers en konden zo de belangrijkste problemen identificeren», meldt Michael Saner, hoofd Procestechniek in Oensingen. «Het ging onder meer om slecht gesealde verpakkingen en soms een te ruwe behandeling van het verpakte eindproduct.»

Om het proces te verbeteren, hebben de versvleesexperts de basisinstellingen van het systeem aangepast en de werknemers gesensibiliseerd om de goederen voorzigtiger te behandelen.

Het resultaat: Zowel het aantal retourzendingen als de werkdruk op de afdeling Retourzendingen werden met meer dan de helft verminderd. «Dit heeft ook een effect gehad op de tevredenheid van onze klanten, zoals de verkoopafdeling aan ons heeft gerapporteerd», zegt Fabienne Loosli, die verantwoordelijk is voor het project en verder werkzaam

is in kwaliteitsbeheer. «Dit motiveert ons natuurlijk om door te gaan en ons klachtenpercentage met nog eens vijf procent per jaar te verlagen.»

Maar niet alleen in Oensingen sluiten TopX en kwaliteitsmanagement perfect op elkaar aan. Kwaliteits-optimalisering is ook een constante metgezel op alle andere vestigingen die al met het verbeteringsproces zijn begonnen.

«Het thema kwaliteit is prominent aanwezig op het TopX-bord en stroomt zo door in de dagelijkse fabrieksvergaderingen», legt Alexander Duss, hoofd van het Top Excellence Programma bij de Bell Food Group, uit.

De korte afdelingsvergaderingen dienen om iedereen op hetzelfde informatieniveau te brengen en verbeteringen te initiëren. Alles wat daarvoor nodig is, kan duidelijk op het bord worden aangegeven.

In de kwaliteitskolom worden bijvoorbeeld actuele klachtenlijsten geplaatst, of wordt een «Q-onderwerp van de maand» aangekondigd waarin een oplossing wordt gezocht voor een specifiek probleem. Naast aspecten van arbeidsveiligheid of belangrijke productiecijfers houden de fabrieken zich dus ook dagelijks bezig met kwaliteitsverbetering in het kader van TopX. • mr



**TopX en
Kwaliteitsbeheer
sluiten perfect op
elkaar aan.**