

LOOK!

Personeelsmagazine van de Bell Food Group

04 2021

**Lang leve
onze
verschillen!**

BELL
FOOD
GROUP





Inhoud

Uit de onderneming

4 Waardevolle feedback

Werknemersenquête Bell Food Group

Werken bij de Bell Food Group

6 Familierelaties

Families zijn welkom bij de Bell Food Group

Omslagverhaal

10 Lang leve onze verschillen!

Diversiteit krijgt steeds meer aandacht, ook bij de Bell Food Group

Wij mensen maken het verschil

16 Wanneer mogelijkheden concrete doelen worden

Werknemers van de Bell Food Group over het onderwerp TopX

Duurzaamheid en innovatie

18 Volledig gebouwd op duurzaamheid

Klimaatbescherming in bouwprojecten

Onze smaakvolle wereld

20 Ovo, lacto, omnivoor – Sorry, wat?

Een beetje voedingskennis

24 Tot slot opnieuw genot

Productpremières voor het einde van het jaar

Jubileums

28 Jubileums

LOOK! feliciteert de jubilarissen van december 2021 tot februari 2022

Wedstrijd

31 Win een verwenpakket van de Bell Food Group

Wedstrijdvraag

Zo gaat het met kwaliteit

32 Een hele waslijst aan maatregelen

Zoeken naar talent in beroepsopleidingen

Diversiteit als succesfactor

Beste medewerkers

Diversiteit kenmerkt ons, onze eenheden en de hele Bell Food Group. Deze diversiteit is een meerwaarde – daar ben ik van overtuigd. Toen ik in 2011 deel werd van de toenmalige Bell Group, telde het bedrijf 6400 werknemers. Met de sterke groei van de Bell Food Group is de diversiteit van mensen, culturen en bedrijfstakken verder toegenomen. Dat blijkt ook uit de cijfers: vandaag telt de Bell Food Group reeds 12.000 werknemers van meer dan 90 nationaliteiten in 15 landen.

Deze rijkdom aan verschillende persoonlijkheden, achtergronden en ervaringen verrijkt niet alleen onze persoonlijke interactie, maar ook ons dagelijks werk. Diversiteit helpt ons geïnspireerd te blijven en over grenzen heen te denken. Een goed team profiteert vandaag de dag van de verschillende vaardigheden en unieke invalshoeken van zijn leden, waardoor het nog beter wordt.

We hebben allemaal onze eigen sterktes en zwaktes. In ons eentje kunnen we niet voldoen aan alle eisen waarmee we in ons dagelijkse beroepsleven worden geconfronteerd. Samen beschikken we over de vaardigheden om alle uitdagingen aan te gaan en oplossingen te vinden. Diversiteit is daarom niet alleen maar een modewoord, maar een belangrijke drijfveer voor succesvol en zinvol werk.

Ik ben me ervan bewust, gewaardeerde medewerkers, dat diversiteit ook uitdagingen met zich meebrengt. Een belangrijke basis om dit onder de knie te krijgen, is de manier waarop wij elkaar in het dagelijks leven ontmoeten en met elkaar omgaan. Een open en menselijke werkomgeving die wordt gekenmerkt door respect vermindert hindernissen en helpt ons elkaar te benaderen. Daarom richt de Bell Food Group zich op mensen met hun individuele mogelijkheden en behoeften.

Diversiteit is een belangrijke drijfveer voor succesvol en zinvol werk.

Actief betrokken zijn, dingen aanpakken en het verschil maken, moet niet alleen een doel zijn, maar ook actief worden aangemoedigd. Met de diversiteit van onze vaardigheden willen we voortdurend iets nieuws creëren en iets goeds nog beter maken. Op die manier geven wij het goede voorbeeld in onze sector – als bedrijf, als team en als individu.

Daarom wil ik u aanmoedigen, gewaardeerde medewerkers, om uw ideeën aan te dragen, initiatief te tonen en verantwoordelijkheid te nemen. Want we geven zelf vorm aan onze toekomst. En om samen aan de top te geraken, is iedereen van ons nodig. Diversiteit is een voordeel voor ons allemaal. Ik kijk ernaar uit om ook het komende jaar met u deze weg verder te bewandelen.

Hiermee wens ik u en uw dierbaren van harte prettige feestdagen, een goede jaarwisseling, veel succes, vreugde en vooral een goede gezondheid in 2022.

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. 4/2021, december 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.

Werknemersenquête Bell Food Group

Waardevolle feedback

De resultaten van de tweede enquête onder alle werknemers van Bell Food Group zijn nu bekend. Op groepsniveau zijn de resultaten in grote lijnen vergelijkbaar met de resultaten van 2018. De resultaten worden momenteel in detail geanalyseerd binnen de divisies en er worden aangepaste maatregelen ontwikkeld.

Een sterk resultaat

In juni en juli 2021 werd voor de tweede keer een werknemersenquête uitgevoerd in de volledige Bell Food Group. Dit jaar waren daar ook de werknemers uit de Hügldivisie bij. De respons op de enquête was iets lager in vergelijking met die van 2018. Een mogelijke reden zou

de manier kunnen zijn waarop het werd uitgevoerd: Voor het eerst kon er enkel online worden deelgenomen.

«Het lijkt ons mogelijk dat het ontbreken van een handgeschreven versie voor sommige werknemers een

hindernis vormde,» verklaart Endrik Dallmann, HR-verantwoordelijke van de Bell Food Group. «Wij zullen dan ook zorgvuldig bekijken hoe wij in de toekomst te werk zullen gaan. We willen tenslotte graag feedback krijgen van zoveel mogelijk werknemers.»

Over het algemeen is Endrik Dallmann tevreden met de resultaten: «Gezien de coronapandemie hadden wij sterkere veranderingen verwacht ten opzichte van de laatste enquête.» Op groepsniveau zijn de resultaten in grote lijnen vergelijkbaar met de resultaten van 2018 (zie grafiek rechts).

Het potentieel zit hem in de details

Volgens Endrik Dallmann is het bij zoveel individuele evaluaties normaal dat er op deze hoogte niet al te veel schommelingen in de evaluatie zijn. «Over het algemeen houden de afzonderlijke beoordelingen elkaar in evenwicht», legt hij uit, «de resultaten zeggen het meest wanneer ze worden uitgesplitst naar de afzonderlijke eenheden.»

Tegen het einde van het jaar zullen de bedrijfseenheden en divisies dan ook hun individuele resultaten te zien krijgen. In totaal werden meer dan 309 soortgelijke evaluaties gemaakt – en indien nodig worden deze evaluaties nog verder uitgesplitst.

«Het is dus heel goed mogelijk», voegt Dallmann toe, «dat de individuele resultaten voor sommige vragen sterk afwijken van de groepsresultaten, afhankelijk van het gebied.» Uiteindelijk zijn het juist deze afwijkingen die laten zien waar veranderingen nodig zijn.»

Eén open vraag, veel concrete antwoorden

Er werd ook belangrijke informatie verstrekt door de antwoorden op de twee laatste vragen over open feedback. Dit jaar is bijvoorbeeld het crisisbeheer van de bedrijvengroep op een bijzonder positieve manier in de verf gezet. De coronapandemie heeft aangetoond dat de Bell Food Group een veilige werkgever is, zelfs in moeilijke tijden.

Deze indruk komt ook overeen met de cijfers uit de evaluatie, aldus Dallmann: «Dit jaar hebben we naast de gebruikelijke vragen ook een vraag over de coronapandemie opgenomen. Veel van de werknemers vinden dat wij als Bell Food Group de coronacrisis in wezen goed hebben aangepakt.»

Het onderwerp werknemersontwikkeling zou daarentegen minder goed hebben gescoord. Dit gebied in het bijzonder heeft veel te lijden gehad onder de coronacrisis. Veel cursussen en opleidingssessies konden niet worden gegeven vanwege de beschermende maatregelen.

«Over het algemeen kunnen we zeggen», vat Dallmann de open feedback samen, «dat de mensen in de Bell Food Group hun job graag doen en plezier uit hun werk halen. De werksfeer in de teams en de collegiale samenhang worden bijzonder gewaardeerd. Daarentegen was er kritiek op de informatiestroom, bijvoorbeeld dat documenten niet altijd in de nodige talen beschikbaar waren.»

Ook de processen kunnen nog worden verbeterd. Deze worden door veel werknemers als te rigide ervaren; er is vraag naar meer flexibiliteit. In de administratieve sector werd het onderwerp digitalisering (papierloos werken) ook steeds vaker aangehaald.

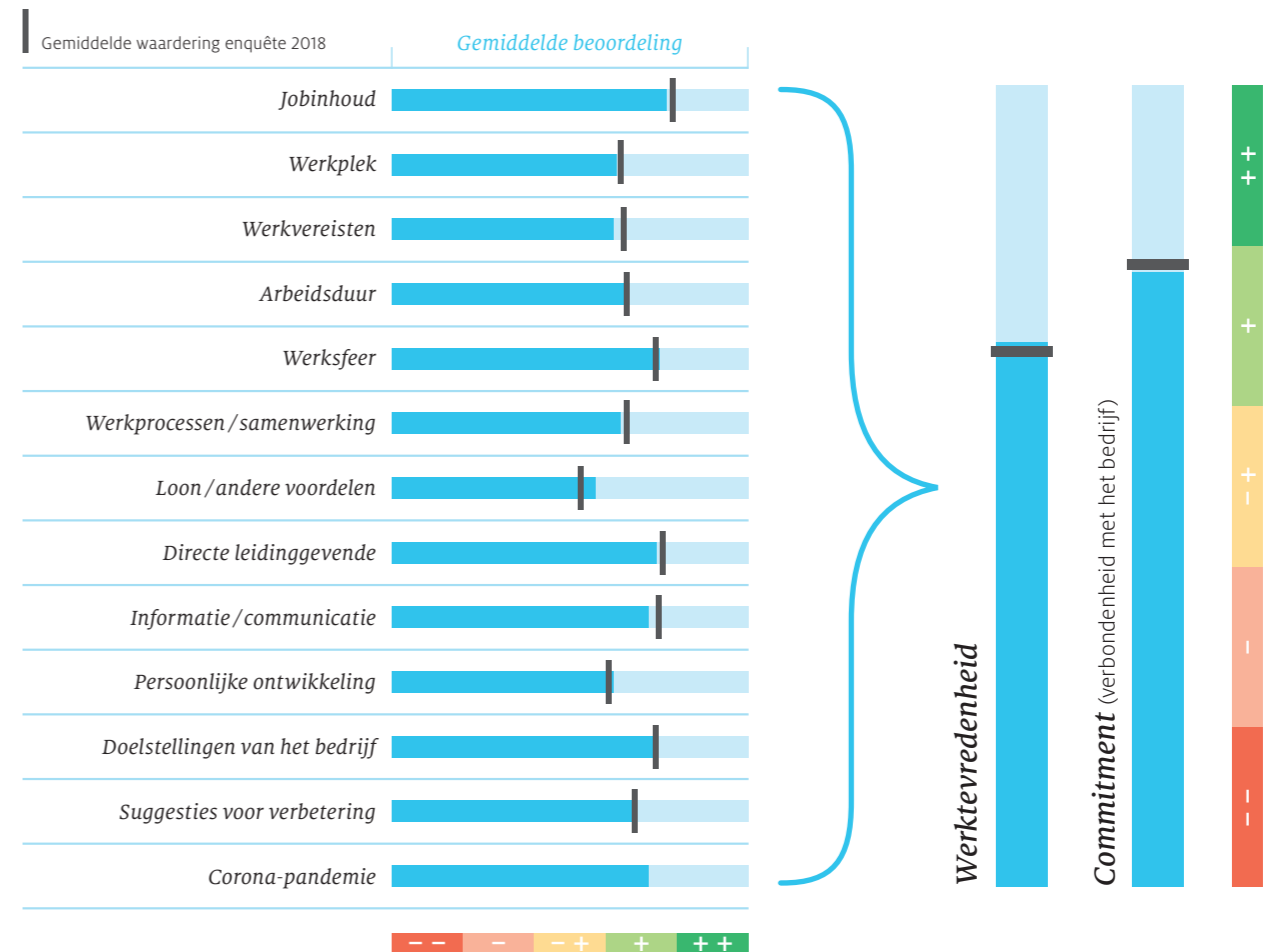
Hoe gaat het verder?

In een volgende stap worden de resultaten specifiek geanalyseerd in de respectieve eenheden en worden actiegebieden afgebakend. Op basis van deze actiegebieden worden in een laatste stap uiteindelijk maatregelen ontwikkeld en toegepast.

De meeste maatregelen worden bepaald op het niveau van de vestigingen of zelfs van de afdelingen, omdat zij zo een gericht effect kunnen hebben.

«In ons doelstellingsproces is het tweede doel voor 2022 voortgekomen uit de resultaten van de werknemersenquête,» verklaart Dallmann. «Volgens de enquête zal de meerderheid van de managers het komende jaar aan drie eigen maatregelen werken. Op die manier verankeren we de bevindingen van de werknemersenquête nog beter in het dagelijks reilen en zeilen van de onderneming en bereiken we een nog betere meetbaarheid.» • sh

Resultaten van de themagebieden



Families zijn welkom bij de Bell Food Group

Familierelaties

Of het nu in Roemenië, Liechtenstein of Zwitserland is – op veel vestigingen is de Bell Food Group letterlijk een familiebedrijf. Omdat zussen, broers, vaders en zonen of ooms en neven in hetzelfde bedrijf werken. Een paar voorbeelden tonen aan hoe goed dit werkt.

1) Met de familie naar het werk

Nicoleta Scarlat kwam in oktober 2002 naar Eisberg Roemenië via een aanbeveling van een kennis. Zij vertelde haar zuster Georgiana Mariana Mayer over haar goede ervaring, en dus meldde ook zij zich een paar maanden later bij de sla-experts aan.

Na een paar jaar samen in de productie te hebben gewerkt, verhuisde Nicoleta naar de verkoopafdeling. Toch zien de zussen elkaar nog elke dag op het werk. «Voor mij is het een voordeel om iemand in het bedrijf te hebben die zich bekommert om mijn professioneel succes», meldt Nicoleta.

Toch zien de zussen elkaar nog elke dag op het werk.

Aan de andere kant is het voor de zussen belangrijk om het werk niet te veel in hun privé-leven te laten opgaan. Georgiana, die iedereen gewoon Giuli noemt, vertelt: «We hebben geleerd dat het niet aan te raden is om het werk mee naar huis te nemen – vooral omdat het dan vaak meer over de ongemakkelijke zaken gaat.»

2) Opgepast: Gevaar voor verwarring!

De ouders werkten al in een slagerij die aan Bell toebehoorde. Zo begonnen ook Silvio en Daniel Strub in 1981 hun slagersopleiding bij Bell, destijds de grootste aanbieder van leerplaatsen in Basel. In het begin veroorzaakte de tweeling wat verwarring. «Het duurde even voordat iedereen in het slachthuis doorhad dat we met z'n tweeën waren», vertelt Daniel.

Vandaag de dag hebben zij, als gevolg van verschillende werkterreinen en vestigingen, eigenlijk geen contactpunten meer op het werk. «Praten over het werk in onze vrije tijd is voor ons dan ook geen probleem, aangezien we in het bedrijf niet echt kunnen praten», zegt Silvio. «Aangezien Daniel in HR werkt, zijn personeelszaken natuurlijk taboe.»

Het gevaar voor verwarring is vandaag ook kleiner. Maar wie gebeld wordt door een «Strub» moet soms nog raden wie hij aan de lijn heeft. Volgens collega's zijn de stemmen van de twee bijna niet te onderscheiden aan de telefoon.



1) Georgiana Mariana Mayer, Productie Manager, en Nicoleta Scarlat, Hoofd Verkoop & Marketing bij Eisberg in Roemenië



2) Silvio Strub, Junior Key Account Manager Verkoop Vers Vlees Coop, en Daniel Strub, Hoofd van Payroll & HR Services bij Bell in Zwitserland



3) Filip Herceg, Teamleider Dispositie, en Stipe Herceg, Divisiemanager Verpakking bij Hügli

3) Privé- en beroepszaken strikt gescheiden

Toen Stipe Herceg – die sinds 2012 bij Hügli werkt – ontdekte dat de afdeling werkvoorbereiding versterking zocht, mobiliseerde hij onmiddellijk zijn jongere broer. De aanwerving lukte, en dus werkt Filip Herceg nu ook al drie jaar bij het bedrijf in Steinach. Aangezien de twee dagelijks met elkaar te maken hebben door de samenwerking bij de productie en de werkvoorbereiding, was het voor hen vanaf het begin duidelijk: Het privé-leven en de beroeps wereld zijn consequent gescheiden. «Dat heeft tot nu toe heel goed gewerkt», zegt Stipe. Toch is het een beetje een lastige grote broer je erbij heeft gehaald. «Volgens mij steek je meer energie in je werk als een familielid je heeft

aanbevolen en dus ook voor jou instaat», meldt Filip. Door de gelijkenis in namen kunnen e-mails tijdens het dagelijkse werk soms afdwalen. Maar gelukkig is het tot nu toe nog maar één keer voorgekomen dat een van de broers zich tijdens een vergadering moest realiseren dat hij de verkeerde Herceg was voor het onderwerp.



4)

Cedric Bechler, Corporate Marketing & Communication Officer, Harry Bechler, Hoofd Human Resources Development, en Frank Bechler, Adjunct-hoofd van Bell International Division.



5)

Jean-Yves Pavoux, onderhoudsmanager, en Sylvie Ploivy, Industrieel assistent

4) Meerdere generaties aan boord

Harry was het eerste lid van de familie Bechler die in 2000 bij Bell kwam werken. Een paar maanden later tekende Frank ook zijn arbeidscontract. En hij zou niet de laatste van zijn familie zijn: Terwijl zijn zonen Marc, Leon en Adrian als zondags- en vakantiehelp in het bedrijf werkten terwijl zij naar school gingen en studeerden, voltooide zijn zoon Cedric zijn opleiding bij Bell en werkt hij momenteel in

het team Corporate Marketing/Communicatie.

Het drietal werkt zelden samen vanwege hun verschillende expertisegebieden, en ze hebben

ook de neiging hun lunchpauzes door te brengen met hun directe teamgenoten. «Afen toe laat ik me door mijn vader mee uit lunchen nemen in het personeelsrestaurant», meldt Cedric.

De broers sluiten gevoelige onderwerpen uit.



6)

Engin Yildiz, hoofd van de afdeling droge materialen, Seref Yildiz, hoofd van de HF/C afdeling, en Cemil Yildiz, afdelingshoofd Workorder-management/Materiaalaanvulling

Het is ook geen probleem voor Harry en Frank om tijdens privé-gesprekken over de baan te praten. «Het onderwerp vermijden is voor ons niet nodig, want het werk is leuk en neemt per slot van rekening een groot deel van het leven in beslag», zegt Frank. De broers zijn het er echter over eens dat ze gevoelige kwesties buiten beschouwing laten.

Voor Harry, die in human resources werkt, is het belangrijk dat Bell de mogelijkheid biedt om ook familieleden in het bedrijf op te nemen. «Het is goed voor ons als werkgever wanneer werknemers hun familieleden een baan aanbevelen», legt hij uit. Ook de broer en de neef bevestigen dit; beiden zijn zo overtuigd van Bell dat zij Bell als werkgever zouden aanbevelen, niet alleen bij familieleden maar ook bij kennissen.

5) De hele dag in contact

Broers en zussen Jean-Yves Pavoux en Sylvie Ploivy maken al meer dan 30 jaar deel uit van het team op de site van St. Symphorien sur Coise in de Monts du Lyonnais. Jean-Yves, die aanvankelijk in Annecy werkte, kreeg in 1988 de kans om daarheen te verhuizen omdat hij dichterbij zijn geboortestad wilde zijn. Zijn zus volgde een jaar later om de receptie en diverse andere taken over te nemen toen de werkdruk toenam. Begonnen als werknemers van het bedrijf Chevallier, maakten de broers en zussen de overname door Monsieur Polette mee en uiteindelijk de overstap naar Bell Frankrijk.

«We hebben de hele dag contact met elkaar», meldt Sylvie. «Of het nu aan de telefoon is of in het kantoor om dossiers te bespreken.» Anderzijds brengen ze hun lunchpauzes allebei graag thuis door.

In plaats daarvan zien ze elkaar privé bij familie-etentjes of op vakanties, die ze vaak samen doorbrengen. Dan kunnen ook onderwerpen over de baan worden besproken die voor de broers en zussen belangrijk zijn.

En ook de volgende generatie heeft de smaak van Bell te pakken gekregen, zoals Jean-Yves ons vertelt: «Onze kinderen werkten ook tijdens de zomer in het bedrijf: in de administratie en in de productie. Dat waren momenten rijk aan ervaring en uitwisseling.»

6) Geen verschil tussen broers en collega's

De eerste Yildiz-broer, Seref, kwam in 1990 naar Hilcona. Zes jaar later volgden Cemil in april en Engin in oktober. Vandaag zijn de drie actief op verschillende gebieden, maar zij ontmoeten elkaar nog steeds bij hun dagelijkse werkzaamheden. Ze maken geen onderscheid tussen broers en collega's. «We hebben over het algemeen een goede werkrelatie bij Hilcona», zegt Engin.

Het trio daarentegen vormt een uitdaging voor hun collega's, omdat het niet gemakkelijk is de "juiste" Yildiz te vinden voor de eigen behoeften. «Er zijn altijd verwisselingen met de post, e-mails en telefoontjes», meldt Seref.

Tijdens gezamenlijke lunchpauzes of andere bijeenkomsten in hun vrije tijd proberen de broers het werk zo veel mogelijk achterwege te laten. «Dat lukt niet altijd», vertelt Cemil, «maar we proberen ons beroeps- en privéleven zo goed mogelijk gescheiden te houden.»

Wat dit punt betreft, zijn zij het er ook over eens dat zij Hilcona aan andere familieleden zouden aanbevelen: Het trio is zeer tevreden over hun werkgever en waardeert de familiale werksfeer en de goede ontwikkelingsmogelijkheden die het bedrijf hen biedt. De drie broers en zussen zijn Hilcona-insiders zonder mitsen en maren: Met al hun werkjaren samen zijn ze al meer dan 80 jaar trotse Hilconianen. • *mr*

Het trio komt elkaar van tijd tot tijd tegen tijdens hun dagelijkse werkzaamheden.

Diversiteit krijgt steeds meer aandacht, ook bij de Bell Food Group

LANG LEVE ONZE VERSCHILLEN!

Het thema diversiteit krijgt steeds meer aandacht op tal van gebieden van het leven. Dit geldt ook op de arbeidsmarkt, waar de aandacht voor diversiteit in het personeel toeneemt en ideeën ontstaan om dit te bevorderen. Ook de Bell Food Group zet zich op veel gebieden in voor gelijke kansen en een goede samenwerking tussen de verschillende werknemers.

Onze wereld is kleurrijk. En ieder van ons draagt daaraan bij met zijn/haar eigen individualiteit: We zijn kinderen, jongeren of

«Diversity» vindt zijn oorsprong in de VS.

volwassenen. We zijn mannen, vrouwen of hebben een andere genderidentiteit. We hebben een migratiegeschiedenis of onze

familie woont al lang in ons land. We leven met of zonder gezondheidsproblemen. En er zijn nog veel meer aspecten die elk individu vormen.

Sociologen hebben hiervoor de term «diversiteit» bedacht. Het wordt zowel gebruikt om een diverse samenleving te beschrijven als om het doel te verwoorden, namelijk de diversiteit van mensen te erkennen.

«Diversity» vindt zijn oorsprong in de VS. De wortels ervan gaan terug tot de jaren vijftig, toen groepen in het kader van de burgerrechtenbeweging begonnen te strijden tegen discriminatie in de samenleving. Dit leidde korte tijd later tot de eerste initiatieven tot diversiteitsmanagement.

Dergelijke concepten, die diversiteit onder werknemers in bedrijven erkennen en bevorderen, worden steeds belangrijker. Omdat ze de werksfeer kunnen verbeteren, voor meer tevreden werknemers kunnen zorgen of zelfs ziekte en absentie kunnen terugdringen. Om nog maar te zwijgen van de vele goede

Diversiteit maakt deel uit van het dagelijks leven in het team voor ultraverse producten van Hilcona

De werknemers komen uit Spanje, Oostenrijk, China of Bulgarije. In totaal werken er 17 nationaliteiten samen in de Convenience-afdeling voor ultraverse producten van Hilcona. Een deel van het 95-koppige team wordt geleid door een jonge teamleidster: Met haar 26 jaar is Sonja Vallaster een van de jongste managementleden in Liechtenstein.

Ze heeft de nieuwe functie een jaar geleden op zich genomen, nadat ze eerder met tussenpozen in het bedrijf had gewerkt. «In het begin maakte ik me zorgen of mijn collega's me wel zouden respecteren in deze functie. Maar daar heb ik me toch even in vergist», vertelt Sonja, die opgeleid is als kokkin.

Haar team, dat zich bezighoudt met de bereiding van ingrediënten voor kant-en-klare gerechten, bestaat momenteel uit werknemers uit zes verschillende landen. Om de communicatie te vergemakkelijken, maken Hoogduits (de Duitse standaardtaal) en langzaam spreken deel uit van haar verplichtingen.

Misverstanden kunnen echter niet altijd worden vermeden, zoals het team van Sonja Vallaster ook vertelt:

«We zeiden eens tegen een collega «We hebben nu allemaal pauze», maar hij begreep het als «naar huis gaan», en we zagen hem niet meer na zijn pauze.»



«Een groot team met veel talen, maar we begrijpen elkaar heel goed.»



«Ik ben erg blij dat ik door mijn collega's volledig als vrouw word gezien.»

«Mensen moeten tot het einde van hun loopbaan aan het werk blijven.»

Ideeën die ontstaan in een omgeving waar iedereen zijn/haar persoonlijkheid met al haar facetten kan inbrengen.

Met ongeveer 12.000 werknemers is de Bell Food Group natuurlijk ook een bedrijf waar de meest diverse mensen samenkomen. Dit blijkt

bijvoorbeeld zeer duidelijk uit het aantal verschillende nationaliteiten: Met werknemers uit 97 landen, van Afghanistan tot de Centraal-Afrikaanse Republiek, omvat ons personeelsbestand

mensen uit precies de helft van alle landen van de wereld. En uiteraard zijn verschillende genderidentiteiten, alle leeftijdsgroepen en de meest uiteenlopende wereldvisies en persoonlijke kenmerken vertegenwoordigd.

«Experts zeggen dat je het als groot bedrijf goed doet rond diversiteit als je personeelsbestand een afspiegeling is van de beroepsbevolking», zegt Endrik Dallmann, Head of Human Resources bij Bell Food Group. «Dit doel willen we op lange termijn bereiken. Omdat we ervan overtuigd zijn dat niet alleen alle werknemers, maar ook het bedrijf baat heeft bij een diverse organisatie waar gelijke kansen en eerlijkheid heersen».

Een van de aandachtspunten van het diversiteitsproject, dat momenteel wordt gepland door Endrik Dallmann samen met Birgit Schmidinger, hoofd Human Resources Convenience Zwitserland, en Tanja Degenhardt, Human Resources Coordinator Bell Food Group, is het verhogen van het percentage vrouwen in managementposities.

Voor Monika Ritz was Geiser een waardevolle steun in haar transitie

Monika Ritz maakt al 30 jaar deel uit van het team van Geiser AG. In die tijd heeft ze niet alleen een aantal professionele fasen doorlopen in het bedrijf, dat gespecialiseerd is in de levering van catering, maar heeft ze ook een grote persoonlijke transformatie ondergaan: Ongeveer zeven jaar geleden begon ze met haar transitie, en Herbert werd Monika. Daarbij kon de 61-jarige, die nu in de leveringsvoorbereiding werkt, op de volledige steun van haar werkgever rekenen. Vooral manager Markus Bischof stond haar actief bij. Hij vertelt: «Het was voor mij een zeer positieve ervaring om Monika's overgang zo intensief te begeleiden en zowel haar zorgen als haar tevredenheid één op één te kunnen ervaren.»

Vooral in het begin was de communicatie met het personeel een hoge prioriteit. «Als managementkader hebben we vanaf dag één aan alle medewerkers duidelijk gemaakt dat we 100 procent achter Monika stonden en haar zouden begeleiden en steunen in haar proces.» Een strategie die gewerkt heeft en zorgde voor een brede acceptatie in het team.

Bovendien plande Geiser het werk en de actiegebieden voor Monika Ritz steeds in overeenstemming met de respectieve situatie, waarvan beide partijen konden profiteren. De officiële naamsverandering was dan nog maar een kleine laatste stap die de transitie afsloot.

Drie vragen voor Monika Ritz

Mevrouw Ritz, wanneer heeft u voor het eerst met uw werkgever over uw transitie gesproken?

Er was een moment waarop het me duidelijk werd dat ik nu met de transitie moest beginnen. Dus heb ik de nodige stappen uitgezocht en ondernomen. Daarna had ik een paar documenten met informatie voor de HR-afdeling samengesteld en Markus Bischof gevraagd om een gesprek.

Welke verwachtingen had u vóór u aan dit gesprek begon?

Voor mij was het op dat moment duidelijk dat ik hoe dan ook de transitie zou doen. Maar uiteraard wilde ik weten wat het standpunt van het bedrijf was. Ik had toen een zeer lang, open en positief gesprek met meneer Bischof. Daarin maakte hij me onmiddellijk duidelijk dat het bedrijf achter mij stond en mij steunde op mijn traject. En zo gebeurde het ook.

Hoe openlijk gaat u om met dit onderwerp in uw huidige werkomgeving?

Ik ben erg blij dat ik nu door mijn collega's volledig als vrouw word gezien. Het feit dat ik ooit een man was, is nu ver weg voor mij. Volgens mij geldt dit ook voor de mensen om mij heen. Daarom vertel ik alleen maar over mijn transitie als het echt moet. Ik heb het liefste dat mensen me gewoon accepteren zoals ik ben.



Opties voor thuis werken vergemakkelijken het dagelijkse leven voor Karlheinz Schörg

Om het werk voor Karlheinz Schörg zo gemakkelijk mogelijk te maken, heeft de Bell Food Group hem vanaf dag één de mogelijkheid geboden om binnen een bepaald kader thuis te werken. Dit komt omdat het Hoofd Speciale Operaties Controlling een fysieke beperking heeft. Om zich te verplaatsen, moet hij een wandelstok en soms een rolstoel gebruiken.

Wanneer hij naar het hoofdkantoor in Basel komt, gebruikt hij zijn auto die is aangepast aan zijn beperking, waarvoor hij een eigen parkeerplaats vlakbij de ingang heeft. Gelukkig is het gebouw grotendeels toegankelijk, zodat hij er zich bijna ongehinderd in kan verplaatsen.

De situatie is vaak anders wanneer de Controller op zakenreis gaat. «Als ik niet met mijn eigen auto kan rijden, is het soms een probleem om een geschikte huurauto te vinden,» zegt Karlheinz Schörg. «Bovendien zijn niet alle vestigingen van de Bell Food Group zo toegankelijk als het hoofdkantoor. In sommige gevallen is er bijvoorbeeld geen lift, of moet ik een goederenlift gebruiken.»

Maar als hij steun nodig heeft, kan hij rekenen op de mensen om hem heen. «Ik heb al veel behulpzame collega's ontmoet die bijvoorbeeld iets voor me hebben meegenomen», zegt hij. En zijn overste Marko Pirc, Hoofd Finance & Controlling bij Bell Schweiz, heeft altijd een luisterend oor voor persoonlijke zorgen, en niet alleen voor Karlheinz Schörg.

Karlheinz Schörg was zeer opgelucht door de uitgebreide thuiswerkmogelijkheden tijdens de coronaperiode. Of deze manier van werken mogelijk zal blijven, hangt af van zowel Bell als de supranationale regelgeving voor de grensarbeider die in Duitsland woont.

Karlheinz Schörg ziet daarentegen nog ruimte voor verbetering in de kantooruitrusting. «De kwaliteit van de werkplekken en vooral de stoelen is heel anders,» legt de 54-jarige uit. Hij heeft echter ook nog niet de perfecte stoel gevonden voor zijn bureau thuis. «Ik zou graag de stoel van mijn auto op een onderstel schroeven,» zegt hij met een knipoo.

«Voor het komende jaar zijn we bezig met een specifiek deelproject om vrouwen gedurende hun hele loopbaan meer te ondersteunen bij hun professionele ontwikkeling, om hen voor te bereiden op managementtaken en om uiteindelijk het aandeel vrouwen in het managementteam te vergroten,» legt Endrik Dallmann uit. «Omdat we bij de Bell Food Group veel nadruk leggen op ontwikkeling binnen ons eigen bedrijf, betekent dit ook dat we al bij het begin, dus bij het werven van studenten en jonge talenten, aandacht moeten besteden aan een diverse groep mensen.»

Het doel van het algemene project is de werknemers en vooral de managers bewust te maken van het belang van diversiteit en inclusie. Het is voor alle betrokkenen duidelijk dat succes alleen op lange termijn kan worden bereikt. Dit wordt duidelijk geïllustreerd door het voorbeeld van het percentage vrouwen in het management. Het geringe verloop staat hier een snelle evolutie in de weg.

Een andere groep mensen die Endrik Dallmann en zijn team in gedachten hebben als het gaat om diversiteit, zijn oudere personen of personen met een fysieke beperking. «Het is voor ons belangrijk om mensen tot het einde

van hun beroepsleven in dienst te houden, in overeenstemming met hun individuele situatie», zegt de HR-directeur.

Daarom worden op veel plaatsen al oplossingen gezocht en gevonden om passende jobs te creëren. Voor de werknemers betekent dit een werkopdracht die beantwoordt aan hun behoeften en waarbij ze hun kennis en ervaring kunnen overdragen op jongere mensen. Het bedrijf kan ook personeelstekorten voorkomen in tijden van een tekort aan geschoolde arbeidskrachten.

Een gebied van diversiteit waarin de Bell Food Group al tientallen jaren een zeer goede positie inneemt, is de multinationale samenstelling van haar personeelsbestand. Zoals eerder gezegd is immers letterlijk de halve wereld in het bedrijf aanwezig.

De omgang met taalkundige hindernissen is dus al beproefd. Afhankelijk van de situatie ter plaatse, ondersteunen taalcursussen of vertaald materiaal de integratie van collega's die de plaatselijke taal nog niet beheersen. En natuurlijk helpen mensen elkaar ook, zoals het voorbeeld van het team voor ultraverse producten bij Hilcona laat zien. • *mr*

«Ik heb al veel behulpzame collega's ontmoet.»

Werknemers van de Bell Food Group over het onderwerp TopX

Wanneer mogelijkheden concrete doelen worden

In veel van de productie-eenheden van de Bell Food Group wordt in het kader van TopX momenteel volop gewerkt aan verbeteringen. Hier delen enkele medewerkers hun persoonlijke ervaringen met het optimalisatieproces en de mogelijkheden die daardoor op hun werkterrein zijn ontstaan.



«Door TopX heb ik de mensen op onze werkplek eens vanuit een heel ander oogpunt bekeken. Uit de dialoog over problemen en oplossingen blijkt telkens weer dat verschillende perspectieven samen tot het beste resultaat leiden en dat het werk heel leuk kan zijn. Door TopX kan ons team op een actieve en oplossingsgerichte manier samenwerken, waarbij iedereen zijn/haar ideeën kan inbrengen.»

Met deze knowhow lukt het steeds beter processen te vereenvoudigen en de werkbelasting te verminderen. Hierbij liggen de mogelijkheden niet in één enkele maatregel, maar in de som van de ideeën van de hele groep, en is het resultaat niet gebaseerd op de kennis van één persoon, maar is het succes van het team.»

*Pascal Koch, hoofd productie
Kommen & werkvoorbereiding bij Eisberg, Dällikon*



«TopX is voor mij een holistische benadering, misschien zelfs een filosofie, die elke dag onze leidraad vormt. Het is toegespitst op de behoeften van de Bell Food Group en verenigt structuur, methoden en werkwijzen uit LEAN, TPM en TQM. Als lokale TopX-expert kan ik gebruikmaken van de schat aan kennis en methoden en met iedereen samenwerken om de speerpunten van Hilcona Schaan te bevorderen.»

Ik word tenslotte voortdurend voor nieuwe uitdagingen gesteld die dankzij de gestructureerde aanpak in realistische doelstellingen veranderen. Vooral het duurzaamheidsconcept heeft daarbij een grote rol: Wij concentreren ons op wat ons vooruitbrengt en streven dat na op een manier die op lange termijn duurzaam is. Ik neem dit uitgangspunt ter harte, zowel beroepsmatig als privé. Hierdoor werpt hetgeen we realiseerden vrij snel en duidelijk vruchten af en raken mensen gemotiveerd om elke dag weer aan de slag te gaan.»

*Christina Frank, procesoptimalisator
bij Hilcona, Schaan*

«In het begin waren we nogal weifelend omdat we niet wisten wat we van TopX konden verwachten of wat we in het programma zouden moeten doen. Na verloop van tijd zagen we echter dat we met kleine verbeteringen een grote impact konden realiseren. Zo hebben wij bijvoorbeeld aanzienlijke besparingen kunnen realiseren door middel van focusprojecten. De betere structuur die wij hebben ingevoerd met onder meer «5S», d.w.z. sorteren, zichtbare orde, schoonmaken, standaardiseren en zelfdiscipline, leidt na verloop van tijd tot een betere werkomgeving waarin meer orde heerst en niet meer gezocht hoeft te worden naar materiaal.»

Hierdoor is ook onze tevredenheid gestegen. Voorts is er de wekelijkse Shopfloor-Meeting, die ons meer inzicht biedt in het proces. Wij vinden het goed dat iedereen ideeën kan aanbrengen, die dan worden onderzocht en eventueel worden uitgevoerd.»



*(v. l. n. r.) Joachim Feldkamp, verantwoordelijke voor
gezondheid en veiligheid op het werk en brandveiligheid;
Dennis Tillner, stv. hoofd productieafdeling;
Hans-Joachim Falk, productiemedewerker;
Bernd Kaper, Expeditiemedewerker;
Bell Deutschland, vestiging Edewecht*



«Door de invoering van TopX wordt het contact tussen de afdelingen gezocht en versterkt. De afdelingsoverschrijdende samenstelling van het TopX-kernteam geeft mij de kans om een nog nauwere wisselwerking met mijn collega's in Steinach te onderhouden. De maandelijkse vergaderingen van het TopX kernteam ondersteunen mij in mijn projectfasen en geven informatie over de volgende deelstappen, zoals de eerste mijlpaal.»

Ik waardeer het gestructureerde proces en de nauwkeurige gerichtheid op meer efficiëntie en doeltreffendheid in de productie. Het is over het algemeen een uitdaging om interne processen voortdurend onder controle te houden op het gebied van kwaliteit, tijd en kosten. Met TopX heb ik hulpmiddelen leren kennen en leren gebruiken die me geholpen hebben om de waardecreatie in de productie beter te controleren en te optimaliseren.

Met de nieuw ingevoerde vergaderstructuur kunnen we de medewerkers nog beter betrekken bij lopende processen en hen zo medeverantwoordelijk maken op hun terrein.»

*Roman Schläpfer, hoofd productie
bij Hügli, St. Gallen*



«TopX heeft gezorgd voor een duidelijkere structuur en een betere doorstroming van informatie in mijn werkomgeving. Dit komt onder meer door de wekelijkse Shopfloor-vergaderingen met hun vaste vergaderschema, dat wordt nageleefd en onderhouden. Zij zijn intussen een deel van de routine geworden en een essentieel communicatie-instrument dat het personeel in staat stelt geïnformeerd te worden en gehoord te worden. Bovendien heerst er een optimale manier van werken volgens de «5S»-methode, evenals ijver en duidelijke doelstellingen bij het werken aan focusprojecten.»

TopX heeft ook onze werkplekken geoptimaliseerd op het gebied van werktijden en ergonomie. De suggesties van de werknemers uit de ideeënbus, die geanalyseerd en concreet uitgevoerd worden, geven het team het gevoel gehoord en betrokken te worden bij de verbeteringen van de afdeling.»

*Emmanuel Schmidt, stv. hoofd schoonmaak/verpakking
vers vlees bij Bell Schweiz, Basel*



Klimaatbescherming in bouwprojecten

VOLLEDIG GEBOUWD OP DUURZAAMHEID

Als groot productiebedrijf draagt de Bell Food Group een bijzondere verantwoordelijkheid om bij te dragen aan een betere bescherming van het klimaat. Een blik op verschillende bouwprojecten van de groep toont aan dat klimaatverandering ook op bouwkundig niveau kan worden aangepakt.



De Bell Food Group draagt verantwoordelijkheid voor het welzijn van toekomstige generaties. Een zorgvuldig gebruik van middelen staat daarbij centraal.

De sleutel tot economisch succes en duurzaamheid

«Duurzaamheid is de basis van ons handelen, maar ook de sleutel tot economisch succes en de toekomstige levensvatbaarheid van ons bedrijf,» zegt Samuel Widmer, projectleider milieu- en duurzaamheidsbeheer. De nieuwe duurzaamheidsstrategie, die volgend jaar in haar nieuwste gedaante zal worden voorgesteld, is nog sterker gericht op een efficiënt gebruik van energiebronnen en een zo fossielvrij mogelijke productie.

Met de energie die door de zonnepanelen wordt gewonnen, kan de Eisberg-vestiging in Gyál, Hongarije, een kwart van haar eigen verbruik dekken.



De resultaten van deze strategie zijn te zien in zowel lopende als reeds voltooide bouwprojecten. «Onze focus ligt hier op het verhogen van de energie-efficiëntie, het benutten van het afvalwarmtepotentieel en het gebruik van hernieuwbare energiebronnen», verklaart Roger Peier, projectleider energie en milieu bij Bell in Zwitserland.

Peter Ritzer, hoofd technische diensten bij Hilcona in Schaan, geeft daarbij een voorbeeld: «Met de energie die door het gebruik van onze warmtepompen wordt bespaard, kunnen 200 woningen een jaar lang worden verwarmd en van warm water voorzien.» Het nieuwe diepvriesmagazijn van Bell in Oensingen zal bij ingebruikname naar verwachting tot 50 procent minder CO₂ uitstoten dan zijn voorgangers. Door kleinere koelhuizen weg te halen en op één vestiging te concentreren, daalt het energieverbruik en stijgt met andere woorden de efficiëntie. «Eenvoudig gezegd: Hoe groter een koelhuis, hoe minder energie er nodig is per opslagruimte,» zegt Beat Schmutz, bedrijfsleider bij SPP KÄLTEPLANER AG, het bedrijf dat verantwoordelijk is voor de planning van het nieuwe koelsysteem. Het koelmiddel dat wordt gebruikt is de natuurlijke stof ammoniak, die het hoogste rendement garandeert in systemen van deze omvang en, in tegenstelling tot synthetische koelmiddelen, niet schadelijk is voor het milieu. «Het kringloopproces is zoals we dat kennen van de vorige installaties in Bazel, maar de nieuwe compressoren en motoren vergen veel

minder energie, net als het totale systeem,» voegt Beat Schmutz toe. Energie die in de toekomst onder meer zal worden opgewekt door het fotovoltaïsche systeem op het dak van het nieuwe diepvrieshuis.

Duurzame energie wordt ook geleverd door de zonnepanelen op de vestiging van Eisberg in Gyál, Hongarije. De dakinstallatie produceert een gemiddelde van 230.000 kilowattuur (KWh) per jaar. «Met de energie die op deze manier wordt opgewekt, kunnen we een kwart van ons verbruik dekken,» meldt bedrijfsleider Zoltán Gazsi. Voor het komende jaar is de bouw van een nieuw waterfiltersysteem gepland. Het nieuwe gebouw van Eisberg in Marchtrenk beschikt over een eigen voorbehandelingsinstallatie voor milieuvriendelijke afvalwaterbehandeling. Zoals Elena Fanton, assistent bedrijfsleiding van Eisberg Oostenrijk verklaart, kan ook op de productielijnen tot 30 procent water worden bespaard door watersparend meerfasig wassen met waterrecycling.

In de productiefabriek voor Serrano-ham in Fuensalida, op ongeveer 60 kilometer van Madrid, wordt speciale aandacht besteed aan een bijzonder zuinig energieverbruik bij het drogen van de delicatessen. «Als er in de droogkamers een temperatuur van 25 graden Celsius en een luchtvochtigheid van 60 procent nodig is, controleert het systeem eerst de omstandigheden buiten het gebouw. Waar mogelijk wordt de buitenlucht rechtstreeks gebruikt en wordt op die manier energie-intensieve verwerking vermeden,» zegt marketingmanager Rodrigo Fernán-

dez-Mazarambroz. Momenteel worden er zonne-installaties geïnstalleerd in Fuensalida en op twee andere vestigingen in Spanje.

Terug naar het koude noorden: De thermometer in de koelcellen van de pluimvee-productie in Zell geeft een constante 2 graden Celsius aan. Tegelijkertijd is er warm water van 85 graden Celsius nodig voor de productie. Een ammoniak-warmtepomp van de nieuwste generatie gebruikt afvalwarmte van het bestaande koelsysteem voor het verwarmen van water. «Dit bespaart ons

jaarlijks 170.000 liter stookolie en voorkomt de uitstoot van 500 ton CO₂,» aldus Roger Peier. Niet alleen de productie profiteert van de milieuvriendelijke en efficiënte warmtebehandeling, maar ook de hele gemeente. Het schoolgebouw en de sporthal in het dorp zijn via een leiding op het systeem aangesloten. Hierdoor kon de gemeente afzien van de aanleg van een nieuw verwarmingssysteem. Dit is slechts één van de vele voorbeelden die aantonen dat duurzaam ondernemen de moeite loont voor iedereen. • ap

Het nieuwe diepvriesmagazijn in Oensingen (CH) zal in de toekomst tot 50 procent minder CO₂ uitstoten dan zijn voorgangers.

Duurzaam ondernemen loont de moeite voor iedereen.

Een beetje voedingskennis

Ovo, lacto, omnivoor – Sorry, wat?



De eetculturen veranderen. De voedingspatronen van vandaag zijn allesbehalve one-size-fits-all. Wat betekent het als de persoon die naast u zit zich voorstelt als een fruitariër? En wat zou Pythagoras bestellen in het restaurant? In een beetje voedingskennis brengen we feiten over soorten voeding, voedingspatronen en diëten naar voren. Een niet-exhaustief overzicht. • ap



Detox-dieet

Detox staat voor de Engelse term «detoxification», wat ontgiftiging betekent. Het detox-dieet is bedoeld om het lichaam te ontdoen van gifstoffen en tegelijkertijd de kilo's kwijt te raken. Dit houdt in dat men vast of zich volledig onthoudt van vast voedsel. Thee en water, evenals verse vruchten- en groentesappen zijn toegestaan. In een andere variant van het detox-dieet mag alleen alkalisch voedsel worden gegeten, zoals wortelen, spinazie, tomaten of bananen. Wetenschappelijk bewijs dat ontgiftiging van het lichaam door dit dieet werkt, is tot op heden niet geleverd.



Flexitarisme

Flexitariërs worden ook beschouwd als flexibele omnivoren of parttime vegetariërs, hoewel vleeshoudende gerechten niet volledig worden afgezworen. Het verbruik ervan wordt echter bewust beperkt. Gevogelte en mager rundvlees hebben de voorkeur. Vooral als het om bewerkte producten gaat, zijn flexitariërs erg voorzichtig. Het weekmenu kan bijvoorbeeld zo worden opgesteld dat er telkens twee vleesvrije dagen worden ingepland. Flexitariërs hoeven niet bang te zijn voor een tekort aan voedingsstoffen, zoals bij andere voedingspatronen het geval kan zijn.



Fruitarisme

Fruitarisme is waarschijnlijk het voedingspatroon met de strengste regels van allemaal. Fruitariërs onthouden zich niet alleen van dierlijk voedsel en producten van dierlijke oorsprong, maar passen ook een soortgelijke regel toe op planten. Elke plant die tijdens het oogsten wordt vernietigd, is taboe. Alleen wat geplukt wordt mag op het bord belanden. Volgens de legende leefde wijlen Steve Jobs, medeoprichter van Apple, soms uitsluitend op fruit. Het iconische logo van de ingebeten appel is een uitdrukking van die levensfase.



Koolhydraatarm dieet

Geen leuk idee voor spaghetti-liefhebbers: In het koolhydraatarme dieet worden koolhydraathoudende voedingsmiddelen voor het grootste deel vermeden. Pasta, brood en aardappelen worden vervangen door voedingsmiddelen zoals vlees, vis, zuivelproducten en groenten. Vetten en eiwitten vervangen de weggelaten koolhydraten. Met het afzweren van koolhydraten beweren de voorstanders van koolhydraatarme voeding een middel te hebben gevonden om beschavingsziekten en zwaarlijvigheid te vermijden, hoewel de voordelen minstens even omstreden zijn als het enthousiasme van de koolhydraatmijders voor hun dieet.

Mediterraan dieet

Op dit moment is het mediterrane dieet waarschijnlijk de koploper onder de populaire voedingspatronen. Op het bord, zoals dat in Italië, Spanje of Griekenland wordt opgediend, liggen veel verse groenten, salade, noten, vette vis en olijfolie. Rood vlees en zuivelproducten worden alleen in grote groepen gegeten. Terughoudendheid is geboden bij het gebruik van zout en suiker. Daarom hoort bij het mediterrane dieet ook van tijd tot tijd een glas rode wijn. Het werd in 2010 door de Unesco uitgeroepen tot immaterieel cultureel erfgoed van de mensheid.



Paleo Dieet

Dit is een vorm van een koolhydraatarm dieet waarbij alleen wordt gegeten wat waarschijnlijk in het vroegste tijdperk van de menselijke geschiedenis in onze magen terecht is gekomen. Op het menu staan veel vlees, vis, eieren, noten, paddenstoelen, groenten en fruit. Verwerkte voedingsmiddelen zijn taboe, evenals granen en zuivelproducten. De inname van koolhydraten wordt sterk verminderd, energie wordt voornamelijk verkregen uit vet en eiwitten. Hoewel sommige Hollywoodsterren zweren bij het steentijd dieet, waarschuwen artsen dat het onevenwichtige dieet meer kwaad dan goed doet om af te vallen.

Vegetarisme

De geschiedenis van het vegetarisme gaat terug tot de oudheid. Zo zou de filosoof en wiskundige Pythagoras twee en een half duizend jaar geleden vlees hebben afgezworen. Tegenwoordig wordt er onderscheid gemaakt tussen verschillende varianten van vegetarisme, die allemaal een vleesvrij dieet gemeen hebben. Terwijl de lacto-vegetariër melk, zuivelproducten en kaas consumeert maar eieren vermijdt, geldt het omgekeerde voor de ovo-vegetariër. De pescotariër eet geen vlees, maar vis en alle producten van levende dieren. En de raw foodist eet zijn vegetarisch voedsel consequent ongekookt.



Veganisme

Wie een veganistisch dieet volgt, onthoudt zich van alle dierlijke voedingsmiddelen en producten. Er ligt geen vlees, vis of honing op het bord, maar groenten, fruit, granen, peulvruchten, noten, zaden en plantaardige vetten. Ook producten van dierlijke oorsprong, zoals wol, zijde en leer, worden door veganisten meestal afgewezen. De reden hiervoor is meestal het welzijn van de dieren. Om aan alle benodigde voedingsstoffen te komen uit een puur plantaardig dieet, raden voedingsdeskundigen aan om goed geïnformeerd te raken over alternatieve bronnen van voedingsstoffen.

De reden hiervoor is meestal het welzijn van de dieren.

Omnivorisme

«It's all in the mix», zou de omnivoor zeggen over het dieet dat hij verkiest. Het merendeel van de wereldbevolking wordt nu als omnivoor beschouwd. Dit betekent dat de meerderheid van de mensen zowel dierlijk als plantaardig voedsel eet. Trendonderzoeker en voedingsdeskundige Hanni Rützel voorspelt een nieuwe «echte» omnivoor. Deze laatste is levensmiddelen-technologisch onderlegd en zal zich, gezien de nieuwe ontwikkelingen, steeds meer voeden met producten op basis van algen, mycoproteïnen en insecten. Op die manier kan hij profiteren van de hele variëteit aan nieuwe voedingsmiddelen. Ze noemt hem de «echte omnivoor».





Productpremières
voor het einde
van het jaar

TOT SLOT OPNIEUW GENOT

Of het nu gaat om een energierijk ontbijt voor de laatste vergadering van het jaar, een feestelijk kerstdiner met de familie of een klein zoet bedankje voor horecagasten – met de nieuwe producten voor het einde van het jaar zorgt de Bell Food Group zoals altijd weer voor een smakelijke eindspurt. • *mr*

Bell Polen Pastrami met fijne kruiden

Pastrami, het broodbeleg dat vooral in de VS erg populair is, komt oorspronkelijk uit Oost-Europa. En dat is waar Bell Polen het nu weer terugbrengt. Deze nieuwigheid voor in de toonbank wordt gemaakt van het beste rundvlees en zorgvuldig bereid. De fijn gekruide, sappige sneetjes zijn niet alleen heerlijk op brood, maar bijvoorbeeld ook op een feestelijk borrelplankje.

Bell Schweiz Zacht en slow-cooked kalfsschoudergebraad

Om het feestmenu ook voor onervaren koks gegarandeerd te doen slagen, heeft Bell in Zwitserland met Kerstmis tijdelijk een kalfsschoudergebraad in zijn Slow-Cooked-assortiment opgenomen. De schouder van het beste Zwitserse kalfsvlees wordt zachtjes op een lage temperatuur voorgedroogd tot een perfecte malsheid. U heeft maar 15 minuten bereidingstijd nodig en het kerstgebraad is klaar.

Eisberg Oostenrijk Vijfvoudig snackplezier

Om te voorkomen dat het kleine hongertje tussendoor uitgroeit tot een grote honger, komt Eisberg in Oostenrijk met vijf nieuwe broodjes. Naast het «broodje met gebraden varkensvlees», het «broodje met Neuburger» en het «broodje met roomkaasbereiding en bergkaas», zijn er ook twee veganistische varianten met het «broodje met veganistische roomkaasbereiding en fenegriek» en het «broodje met veganistische gourmetschijfjes». De perfecte snack voor het tweede ontbijt op kantoor of voor de rit naar de wintervakantie.

SLOW COOKED
KALBS-
SCHULTERBRATEN
ROTI D'ÉPAULE DE VEAU



Hilcona

De grote variëteit aan groenten

Voor wie het zonder dierlijke voedingsmiddelen, maar niet zonder heerlijke verwennerij wil stellen, biedt Hilcona nu een nog ruimere keuze. De nieuwe variëteiten «Hummus natuur» en «Hummus pikant» nodigen uit tot dippen. Tahin, komijn en andere typische kruiden – alsook chilipeper in de pikante versie – zorgen voor het oosterse aroma van de kikkererwtencrème.

Het Liechtensteinse bedrijf breidt ook zijn tofu-assortiment nog eens verder uit met een gerookte versie. Deze nieuwigheid krijgt haar onmiskenbare aroma van de Hilcona Taste Factory in Landquart, waar zij verschillende uren boven beukenhout wordt gerookt.

Naast tofu is ook falafel één van de bekendste veganistische vleesvervangers. Hiervoor bestaat nu ook een Hilcona-variant: De kikkererwtballetjes zijn op Libanese wijze evenwichtig gekruid met komijn, peterselie en uien en verspreiden tijdens de bereiding heerlijke geroosterde aroma's.

De nieuwe groenteballetjes van de Besseresser-smidse zijn ook geschikt voor een eiwitrijke maaltijd zonder vlees. De kleine, ronde hapjes met hele maïskorrels en doperwten en de fijngesneden wortelblokjes krijgen hun geelbruine kleur en heerlijke aroma in slechts enkele minuten in de pan of oven.

Hilcona

Vier klassieke salades in een bowl

Zoals de Zwitsers het zo mooi kunnen zeggen: «Wie werkt, heeft energie nodig». De nieuwe «Werkbowl» Van Hilcona voorziet hierin: De vier traditioneel populairste salades in Zwitserland, namelijk hörnlisalade, aardappelsalade, worst- en kaassalade en wortelsalade, worden voor deze nieuwigheid in één kom samengebracht. De perfecte oplossing voor iedereen die dagelijks twijfelt welke salade hij/zij vandaag als lunch zal kiezen.

Hügli

Chocoladeballetjes in verzamelblik

Of het nu op bed in een hotel of bij kleine koffie in een restaurant wordt aangeboden – met de hoogwaardige Zwitserse chocoladeballetjes van Hügli hebben horeca-klanten altijd een zoete verrassing bij de hand voor hun gasten. Daarbij gaat het hier niet enkel om de binnenkant: Het speciale kerstblik is een echt verzamelobject dat steeds opnieuw kan worden gebruikt.



Swiss Vegan Award voor «The Green Mountain»

Het team van «The Green Mountain» wist dit jaar de eerste plaats te bemachtigen bij de uitreiking van de Swiss Vegan Award. De veganistische lekkernijen kregen de prijs «Nieuwkomer van het jaar». Bij de stemming voor «Salty Food» behaalde het gehaktbrood van het merk ook de derde plaats.

Juryleden en deelnemende klanten waren het eens: «The Green Mountain» biedt een overtuigend samenspel van genot, Swiss Made, innovatie en verfijning.



«Deze speciale prijs weerspiegelt het fantastische werk van het hele team in het afgelopen jaar,» zegt Werner Ott, hoofd van de start-up-fabriek. «Het feit dat we binnen een jaar de prestigieuze titel «Swiss Vegan Award – Nieuwkomer van het jaar» in de wacht hebben gesleept, is voldoende bewijs dat ons team uit de Zwitserse bergen alleen maar genoeg neemt met het beste.»



Eisberg start inzamelingsactie voor borstkankerpatiënten

Elk jaar in oktober richten talrijke organisaties over de hele wereld de aandacht op borstkanker. Dit jaar was Eisberg in Hongarije ook van de partij. Exclusief voor de actiemaand lanceerden zij de «Pink Mix», een knapperige salademix in een roze zakje met het bekende symbolische strikje. Voor elk verkocht product van dit type schonk het bedrijf vijf forint aan een vereniging die daarmee de aankoop van een aderscanner voor de afdeling Oncologie van het Szent György-ziekenhuis in Székesfehérvár financiert.

«Nadat we vorig jaar de «Race for the Cure», het grootste gezondheidsevenement voor vrouwen in Europa, hebben gesteund, wilden we dit jaar iets nog groters doen,» verklaart Laura Spielmann, Hoofd Marketing bij Eisberg in Hongarije. «Met behulp van ons sterke merk hebben we nog meer aandacht gevestigd op het probleem en onze consumenten aangemoedigd om ons te steunen in de hulpverlening.»

Hügli totaalconcept voor de pre-kerstperiode

Gastronomen die op zoek zijn naar inspiratie om familie- en bedrijfsfeesten onder de huidige omstandigheden tot culinaire hoogtepunten om te toveren zijn bij Hügli aan het juiste adres. Het nieuwe concept voor de feestdagen omvat onder andere personaliseerbaar communicatiemateriaal, ideeën voor evenementen alsook geschenkreceptjes.

Zo krijgen de klanten door het personaliseerbaar communicatiemateriaal in diverse winterse designs verlichting in de vaak hectische eindejaarsdrukte. Het aanbod omvat onder meer uitnodigingen en menukaarten, reclamefolders alsook digitale beelden voor aankondigingen op sociale mediaplatforms.

Bovendien biedt Hügli zijn klanten in het kader van het concept een aantal creatieve feestsuggesties, zoals winterbarbecues of «Apéro Delivery» voor de after-work X-Mas party, waarbij de feestelijkheid ondanks de afstandsregels niet in het gedrang komt.

Hiermee bieden de culinaire experts hun foodserviceklanten uit de gastronomie, catering en grootkeukens dit jaar voor het eerst een compleet zorgeloos feestpakket aan.



Jubileums

LOOK! feliciteert de jubilarissen van december 2021 tot februari 2022

Bell Schweiz

20 jaar dienst

Christian Demuth, 1 december, Bell, Basel
Joao Dos Santos Guedes, 1 december, Bell, Cheseaux
Milka Marinkovic, 1 december, Bell, Basel
David Petraglia, 1 december, Bell, Basel
Leonardo Sabella, 1 december, Bell, Basel
Estelle Lallemand, 10 december, Bell, Basel
Maria Oliveira Machado, 10 december, Bell, Basel
Florent Ritter, 10 december, Bell, Basel
Angélo D'Amico, 17 december, Bell, Basel
Barkaham Boulekhokh, 1 januari, Bell, Basel
Nadine Camus, 1 januari, Bell, Basel
Cyrille Grosjean, 1 januari, Bell, Basel
Olivier Kern, 1 januari, Bell, Basel
Frédéric Lucas, 1 januari, Bell, Basel
Marc Richter, 1 januari, Bell, Basel
Emmanuel Velasco, 1 januari, Bell, Basel
Thierry Wetzel, 1 januari, Bell, Basel
Marlis Wunderlin, 1 januari, Bell, Basel
Maria de Lurdes dos Santos Alves de Melo,
 7 januari, Bell, Chermignon
David Hochster, 14 januari, Bell, Basel
Evelin Lingg, 16 januari, Bell, Zell
Jorge Freitas, 21 januari, Geiser A, Schlieren
Mickael Schmid, 21 januari, Bell, Cheseaux
Andreas Peter, 1 februari, Bell, Basel
Aomar El Ghazy, 4 februari, Bell, Oensingen
Julian Schmitt, 4 februari, Bell, Basel
Johnny Filali, 11 februari, Bell, Basel
Olivera Jovanovic, 11 februari, Bell, Cheseaux
Astrit Mamudi, 11 februari, Bell, Oensingen

25 jaar dienst

Laurent Faucampre, 1 december, Bell, Basel
Christian Fontaine, 1 december, Bell, Basel
Quoc Kiem, 1 december, Bell, Basel
Maurice Waltz, 1 december, Bell, Basel
Gorge Premra Gnanapragasam, 6 januari, Bell, Basel
Chantal Fino, 27 januari, Bell, Basel
Martin Glauser, 1 februari, Bell, Zell
Eric Bientz, 3 februari, Bell, Basel
Sirin Kismetli, 3 februari, Bell, Basel

30 jaar dienst

Amilcar Domingues, 1 december, Bell, Cheseaux
Joerg Kofmel, 1 december, Bell, Oensingen
Radisa Martinovic, 1 december, Bell, Oensingen
Jean-Luc Leduc, 3 februari, Bell, Basel

35 jaar dienst

Christoph Schatzmann, 1 januari, Bell, Basel
Rolf Anti, 5 januari, Bell, Basel
Urs Probst, 5 januari, Bell, Oensingen
Urs Graf, 1 februari, Bell, Basel
Markus Oes, 1 februari, Bell, Basel

Met pensioen

Werner Zitzwitz, 30 november, Bell, Basel (*vervolg*)
Béatrice Dennecker, 31 december, Bell, Basel

Met vervroegd pensioen

Beat Arnold, 31 december, Bell, Zell
Patrick Braconi, 31 december, Bell, Basel
Patricia Joyeux, 31 december, Bell, Basel
Mario Laino, 31 december, Bell, Basel
Marius Manetsch, 31 december, Bell, Oensingen
Rene Schmutz, 31 december, Bell, Zell
Elisabeth Wyser, 31 december, Bell, Oensingen
Vitore Mirakaj, 31 januari, Bell, Zell

Bell International

20 jaar dienst

Patricia Mialhe, 3 december, Bell, Teilhède
Annerose Gebler, 1 januari, Süddeutsche Truthahn AG, Ampfing
Matthias Ibetsberger, 2 januari, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt
Alensander Nalepa, 8 januari, Bell, Niepołomice
Nathalie Constant, 4 februari, Bell, Teilhède
Josef Ratzinger, 8 februari, Frisch Express GmbH, Pfaffstätt
Tatjana Eigensner, 18 februari, Bell, Harkebrügge
Irina Harms, 18 februari, Bell, Harkebrügge
Denny Henke, 18 februari, Bell, Seevetal
Lidija Maljako, 18 februari, Bell, Harkebrügge
Francoise Özen, 18 februari, Bell, Seevetal

25 jaar dienst

Jeannette Melchert, 2 december, Bell, Edewecht
Janusz Martuś, 12 januari, Bell, Niepołomice
Sylvie Ploivy, 13 januari, Bell, Saint Symphorien
Guido Wulf, 13 januari, Bell, Harkebrügge
Hannelore Bronn-Hartzke, 11 februari, Bell, Harkebrügge

30 jaar dienst

Carola Hälke, 1 februari, Bell, Edewecht

Met pensioen

Eda Staneikiene, 31 januari, Süddeutsche Truthahn AG, Ampfing (*vervolg*)
Anatolij Tschaban, 28 februari, Süddeutsche Truthahn AG, Ampfing (*vervolg*)
Meryem Siyahturp, 30 september, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt (*vervolg*)
Gérald Faure, 31 januari, Bell, Teilhède

Overleden

Gabor Orsos, 6 mei, Süddeutsche Truthahn AG, Ampfing

Convenience

20 jaar dienst

Alessio Calzone, 1 december, Hilcona, Schaan
Oskar Böhler, 3 december, Eisberg, Villigen
Miroslava Nešporová Medová, 17 december, Hügli, Zásmyky
Pavel Švéda, 27 december, Hügli, Zásmyky
Kurt Gschliesser, 1 januari, Hilcona, Schaan
Hajreta Kasumbasic, 1 januari, Hilcona, Orbe
Thomas Roth, 1 januari, Hilcona, Schaan
Wolfgang Zeh, 1 januari, Hügli, Radolfzell
Dobrinka Pajic, 28 januari, Hilcona, Orbe
Eldis Salihovic, 28 januari, Hilcona, Orbe
Maria Seghrouchni, 28 januari, Hilcona, Orbe
Michaela Hoheisel, 1 februari, HFC GmbH, Bad Wünnenberg
Christian Weiland, 1 februari, Hilcona, Schaan
Karin Turk, 14 februari, Eisberg, Dällikon
Eddie Barten, 18 februari, Eisberg, Dällikon
Carlos Werner Kloser, 24 februari, Hilcona, Schaan

25 jaar dienst

Khaled El Bahi, 16 december, Eisberg, Dänikon
Kornelia Juretzka, 2 januari, Hügli, Radolfzell
Julio Lopez Santamaria, 3 januari, Hilcona, Schaan
Hüseyin Dogac, 17 februari, Eisberg, Dänikon
Marzena Wiszniowska, 28 februari, Eisberg, Legnica

30 jaar dienst

Carola Forster, 1 december, Eisberg, Dälliken
Laura Schäfer, 18 december, Hügli, Radolfzell
Mario Römer, 1 januari, Hügli, Radolfzell
Peter Beck, 1 januari, Hügli, Steinach
Sabine Jäger, 1 januari, Hügli, Radolfzell
Stephen Holmes, 13 januari, Hügli, Redditch
Donato Mazziotta, 13 januari, Hilcona, Schaan
Nikolaus Hubert, 10 februari, Hügli, Radolfzell
Manuel Figueroa, 17 februari, Hilcona, Schaan

35 jaar dienst

Inês de Jesus Sota Malveiro Parreira,
 16 januari, Eisberg, Villigen

Met pensioen

Heike Kallmann-Strillinger, 30 september, Hügli,
 Radolfzell (vervolg)
Ingrid Bingger, 31 december, Hügli, Radolfzell
Jiří Kroupa, 31 december, Hügli Food, Zásmyky
Lothar Mehl, 31 december, Hügli, Radolfzell
Enrico Meier, 31 december, Hilcona, Schaan/Basel
Veronika Block, 28 februari, Hügli, Radolfzell

Met vervroegd pensioen

Edgar Ledergerber, 31 januari, Hilcona, Schaan

Overleden

Heinz Dätwyler, 8 augustus, Hilcona, Schaan
Ayse Zenen-Arslan, 3 oktober, Bresc, b.v. Werkendam

WEDSTRIJDVRAAG

Win een verwenpakket van de Bell Food Group

Ontdek de productwereld van de Bell Food Group: of het nu gaat om slimme gemakproducten, regionale specialiteiten of ingenieuze nieuwe ontwikkelingen. En daarvoor hoeft u niet eens naar de winkel te gaan. Doe mee aan de volgende prijsverloting en met een beetje geluk is het verwenpakket vol lekkernijen van de Bell Food Group binnenkort van u!

Welke van deze stellingen is juist?

A) De Bell Food Group is actief in 97 verschillende landen.

B) De werknemers van de Bell Food Group omvatten 97 verschillende nationaliteiten.

C) In de kleinste vestiging van de Bell Food Group werken 97 personen.

Prijs

1 × verschillende producten van de hele Bell Food Group ter waarde van € 400,00
 10 × aankoopbon ter waarde van € 30,00 voor een plaatselijke supermarkt

De uiterste datum voor deelname is 15 maart 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.

Zoeken naar talent in beroepsopleidingen

Een hele waslijst aan maatregelen

Er zijn maar liefst 20 verschillende beroepen te leren in de bedrijven van de Bell Food Group. Daarbij is er voor ieder wat wils. Het beste talent aantrekken is hiervoor een uitdaging die graag wordt aangegaan.



Het belangrijkste aanwervingsinstrument is de goede oude proefstage.

Van vleesspecialist tot levensmiddelentechnoloog tot informaticus: De Bell Food Group biedt de jonge professionals van morgen een zeer gevarieerd aanbod aan opleidingsmogelijkheden. Maar hoe trekt u als bedrijf de aandacht en hoe slaagt u erin de beste talenten voor u te winnen? We vragen het aan Andreas Bergé, hoofd beroepsopleiding bij Bell in Zwitserland. Zo divers als de verschillende beroepen zijn, zo divers zijn ook de mensen die ze uitoefenen, en dit is al merkbaar bij de zoektocht naar kandidaten. «Om zoveel mogelijk jongeren te bereiken, maken we gebruik van de hele waslijst aan kanalen, platforms en contacten,» zegt Andreas Bergé

Op leerbeurzen, op online portalen of op speeddate-evenementen ontmoeten leerlingen leerling-werkzoekenden en vertellen zij uit de eerste hand hoe zij hun opleiding ervaren. Het schoolbezoek is ook een veelbelovend instrument om enthousiasme op te wekken voor het diverse opleidingsprogramma. «Het doet het bijzonder goed wanneer er leerlingen verschijnen die naar dezelfde school zijn gegaan en misschien zelfs bij dezelfde leraar in de klas hebben gezeten,» aldus Andreas Bergé. In de meeste gevallen leiden persoonlijke contacten via ken-

nissen of familieleden die bij Bell in dienst zijn, maar ook relaties met kantoren, overheidsorganisaties, leraren of beroepscoaches tot succes.

Het belangrijkste wervingsinstrument is niet de sociale media, maar de goede oude proefstage. In vergelijking met vroeger is er niets veranderd wat de persoonlijke kennismaking betreft, maar vandaag moet u als bedrijf veel inspanningen leveren om als een aantrekkelijk opleidingsbedrijf te worden beschouwd. «Jongeren vragen ons niet wat ze moeten meebrengen voor de stage, maar wat wij hen kunnen bieden,» zegt Andreas Bergé. Daarbij is het belangrijk rekening te houden met de verscheidenheid van de aangeboden opleidingsberoepen. Een informaticus in wording heeft andere verwachtingen dan een sollicitant voor het slagersvak.

Het is van cruciaal belang dat de bezochte afdelingen de «proef»-jongeren zorgvuldig behandelen en hen een gedetailleerd inzicht in het bedrijf geven met een professioneel proefstageprogramma. Of het einde van de proefstage het begin van een leerrelatie betekent, hangt sterk af van de ervaringen in het persoonlijke contact met toekomstige collega's en leidinggevenden. «Wij mensen maken het verschil», vat Andreas Bergé het samen. • ap