

# LOOK!

Mitarbeitermagazin der Bell Food Group

02 2022



**Leidenschaft  
für echte Originale**

BELL  
FOOD  
GROUP







# Inhalt

## Aus dem Unternehmen

- 4 Convenience breiter aufgestellt**  
Neue Strukturen fördern den Erfolg in wichtigem Wachstumssegment
- 6 Sicherheit kennt keine Kompromisse**  
Arbeitsicherheit in der Bell Food Group
- 10 Top Resultate mit TopX**  
Status-Update zum Top-Excellence-Programm der Bell Food Group

## Arbeiten bei der Bell Food Group

- 12 Bewegende Projekte**  
Gesundheitsschutz durch mehr Ergonomie am Arbeitsplatz

## Titelstory

- 14 Leidenschaft für echte Originale**  
Spezialitäten mit Herkunftsnachweis haben in der Bell Food Group Tradition

## Persönliches

- 24 Wir gratulieren und nehmen Abschied**  
Dienstjubiläen, Pensionierungen und Todesfälle von Juni bis August 2022

## Wettbewerb

- 27 Wettbewerbsfrage**  
Play and win

## Unsere Genusswelt

- 28 In guter Spiessgesellschaft**  
Kreative Spiessli und vieles mehr für abwechslungsreichen BBQ-Spess

## Nachhaltigkeit und Innovation

- 38 Eine Frage der Verantwortung**  
Fleischkonsum und Nachhaltigkeit

## So geht Qualität

- 40 Ausgezeichnet für Innovation und Gout**  
Award-Erfolg für Bell Deutschland und Bell Frankreich

LOOK! können Sie auch online abonnieren, lesen oder herunterladen unter [look.bellfoodgroup.com](http://look.bellfoodgroup.com)

**Impressum** Zeitschrift für die Mitarbeitenden der Bell Food Group, 4 Ausgaben pro Jahr, Nr. 2/2022, Juli 2022, 28. Jahrgang.  
Herausgeber: Bell Food Group AG, Elsässerstrasse 174, 4056 Basel, Schweiz. Adresse: Bell Schweiz AG, Redaktion LOOK!, Postfach 2356, 4002 Basel, Schweiz.  
Tel. +41 58 326 2447, Fax +41 58 326 2114, [look@bellfoodgroup.com](mailto:look@bellfoodgroup.com), [www.bellfoodgroup.com](http://www.bellfoodgroup.com). Redaktionsteam: Sara Heiniger (sh), Leitung, Fabian Vetsch (fv).  
Redaktionelle Unterstützung: Michaela Rosenbaum (mr), Adrian Portmann (ap). Fotos: KorakLeu AG und Christian Spletstösser (Foodstyling), Riehen, Schweiz: S. 16, S. 20, S. 23, Rezeptbilder S. 28–37, Łukasz Motyka, Bell Polen: S. 14, Mike Lamandé, Bell Frankreich: S. 19 oben, Oliver Baumann, Basel, Schweiz: Coverbild, S. 6–9, S. 17–18, S. 21, S. 22 unten, Thomas Rauch, Basel, Schweiz: S. 12–13. Gestaltung: oblografik, Olten, Schweiz. Bildbearbeitung: Proacteam AG, Allschwil, Schweiz.  
Druck: Werner Druck & Medien AG, Basel, Schweiz. Gedruckt auf FSC-Papier.

# Regionalität ist Trumpf

## Liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Die Qualität unserer Produkte ist eine der wichtigsten Voraussetzungen für den Erfolg unseres Unternehmens. Die Herkunft hat sich in den vergangenen Jahren immer mehr zum Qualitätsmerkmal entwickelt. Insbesondere regionale Lebensmittel und einheimische Produkte geniessen bei den Konsumentinnen und Konsumenten ein hohes Vertrauen. Die Corona-Pandemie hat diesen Trend noch verstärkt.



Bei der Bell Food Group ist Regionalität ein wichtiges Thema und das nicht erst seit gestern. Die regionale Verankerung ist Teil unserer Identität. Wir produzieren an erster Stelle für die Länder und Regionen, in denen wir tätig sind, und an unseren 50 Produktionsstandorten sind wir kein anonymer Grossbetrieb, sondern ein wichtiger Teil der Gemeinschaft. Bei der Herstellung unserer Produkte setzen wir wo möglich auf landwirtschaftliche Rohstoffe von regionalen Lieferanten.

In unserem Kerngeschäft Fleisch gehört die Fokussierung auf regionale Spezialitäten gar zu den strategischen Schwerpunkten. Von diesem Bekenntnis zeugt auch unser Produktportfolio: Im Charcuterie-Sortiment tragen zahlreiche Produkte eine sogenannte «geschützte Herkunftsbezeichnung». Darunter zählen Labels wie das französische «Label Rouge», die eu-

ropäische «Garantiert traditionelle Spezialität» (g. t. S.) oder das Schweizer Label «IGP» (geschützte geographische Angabe). Sie sind der Inbegriff der Regionalität und ein Garant dafür, dass es sich beim Bündnerfleisch oder beim Jamón Serrano auch wirklich um das Original handelt.

In der Schweiz zählt die Kategorie «Fleischwaren mit IGP-Auszeichnung» beispielsweise 14 Produkte. Sechs davon kann Bell Schweiz selbst produzieren. Das ist eine starke Leistung, denn die Produktion nach den Labelvorgaben ist anspruchsvoll. Die Kriterien reichen je nach Label vom Standort des Produktionswerkes über die Herkunft der Zutaten bis hin zur Vorgabe einzelner Verarbeitungsschritte.

Mit der Herstellung solcher Spezialitäten tragen wir nicht nur zu unserer Sortimentsvielfalt bei, sondern leisten einen wichtigen Effort zum Erhalt von traditionellen Produkten und dem damit verbundenen Handwerk. Diesem Bestreben hat sich die Bell Food Group seit je verschrieben. Mit unseren Produkten sorgen wir bei Millionen von Konsumentinnen und Konsumenten jeden Tag für vielfältige Genussmomente und mehr Lebensqualität. Darauf dürfen wir, geschätzte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, zu Recht stolz sein.

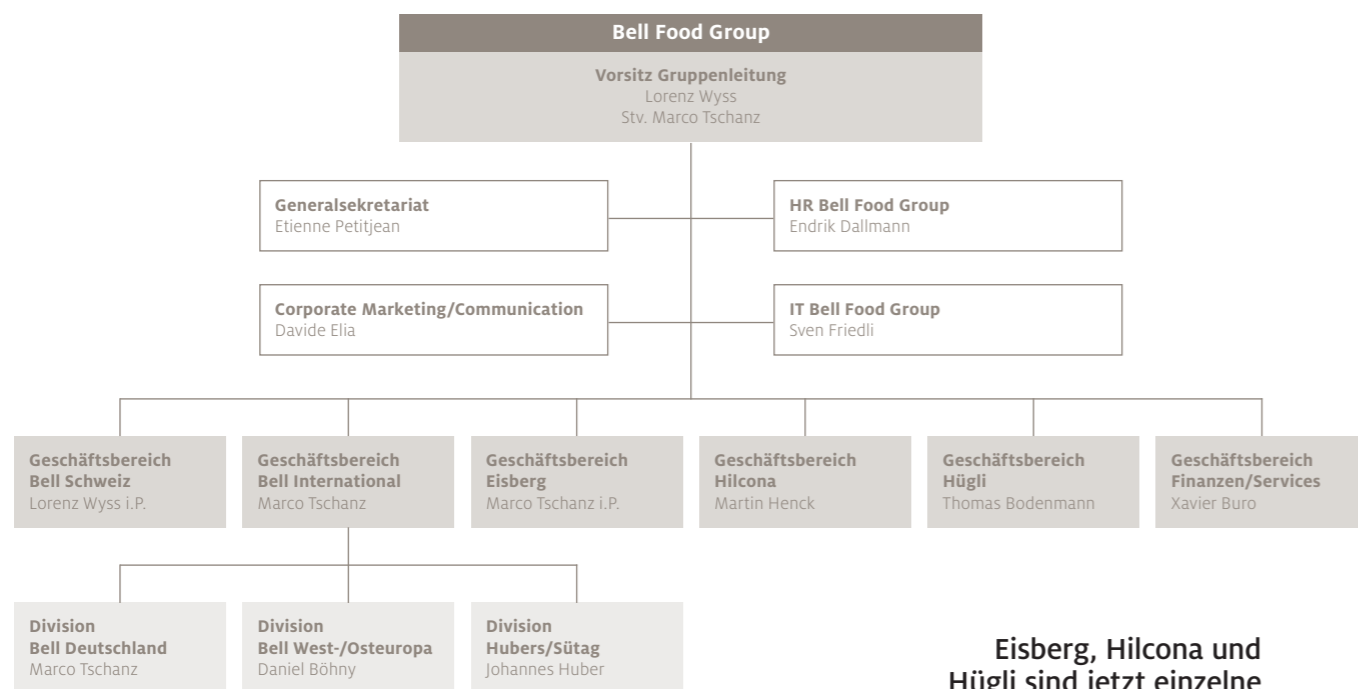
Ich freue mich, diesen Weg auch weiterhin mit Ihnen beschreiten zu dürfen.

Lorenz Wyss  
Vorsitzender der Gruppenleitung

Neue Strukturen fördern den Erfolg in wichtigem Wachstumssegment

# Convenience breiter aufgestellt

Die Bell Food Group hat die Führungsebene im wichtigen Wachstumsbereich Convenience neu gegliedert: Eisberg, Hilcona und Hügli sind nun eigene Geschäftsbereiche mit eigenen Verantwortlichen innerhalb der Gruppenleitung. Die Umstrukturierung ermöglicht unter anderem die optimale Anpassung des Geschäfts an die einzelnen Märkte.



**Eisberg, Hilcona und Hügli sind jetzt einzelne Geschäftsbereiche.**

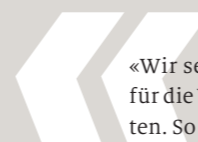
Gültig ab 1.5.2022

Mit einer angepassten Organisationsstruktur auf der obersten Konzernebene ist die Bell Food Group in den Mai 2022 gestartet: Eisberg, Hilcona und Hügli werden seither als einzelne Geschäftsbereiche geführt. Dementsprechend verstärken die bisherigen Divisionsleiter Martin Henck von Hilcona und Thomas Bodenmann von Hügli als neue Mitglieder die Gruppenleitung.

Marco Tschanz übernimmt zusätzlich zur Leitung des Geschäftsbereichs Bell International auch die Leitung des Geschäftsbereichs Eisberg. Um bei ihm die nötigen Kapazitäten für die neue Aufgabe zu schaffen, hat Martin Schygulla die Führung der Division Bell Deutschland übernommen, während Marco Tschanz die Leitung der IT der Bell Food Group an Sven Friedli abgegeben hat. • *mr*



**Lorenz Wyss**  
Vorsitzender der Gruppenleitung



«Wir sehen in dieser neuen Struktur grosses Potenzial für die Weiterentwicklung unserer Convenienceaktivitäten. So ermöglicht uns der Wegfall einer Hierarchieebene eine direktere Kommunikation mit kürzeren Wegen. Zudem vereinfacht uns die Aufteilung, dieses diversifizierte Segment mit seinen unterschiedlichen Ziel- und Produktgruppen zu bearbeiten. Jeder Geschäftsbereich kann so individueller auf die Bedürfnisse seines spezifischen Marktes eingehen.

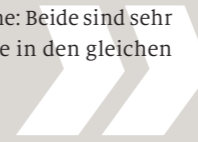
Die Gruppenleitung ist durch die Reorganisation nun auf fünf Mitglieder gewachsen. Auch aus dieser breiter aufgestellten Führung ergeben sich für uns Vorteile. Denn wir bündeln nun noch mehr Fachwissen und Marktkenntnisse, um fundierte Entscheidungen im Hinblick auf unseren zukünftigen Erfolg zu treffen.

**«Wir verstärken unsere Gruppenleitung um bewährte Führungskräfte.»**

Für die Verstärkung unseres Managements haben wir mit Martin Henck und Thomas Bodenmann zwei bewährte Führungskräfte hinzugewonnen, die mit langjähriger Expertise und hoher Motivation schon einige Erfolge für sich verbuchen konnten.

Martin Henck verantwortet den Geschäftsbereich Hilcona bereits seit zehn Jahren und ist ein ausgewiesener Experte unserer Branche. Thomas Bodenmann blickt auf über 25 Berufsjahre bei Hügli zurück, mehr als 10 davon in der Position des Geschäftsführers.

Für die Führung des Geschäftsbereichs Eisberg haben wir zudem mit Marco Tschanz die Idealbesetzung gefunden. Er übernimmt diese Aufgabe zusätzlich zu seiner bestehenden Funktion als Leiter Bell International. Eine naheliegende Lösung, betrachtet man die Gemeinsamkeiten der beiden Geschäftsbereiche: Beide sind sehr international aufgestellt und teilweise in den gleichen Ländern vertreten.»



Das Trio für den Conveniencebereich



**Thomas Bodenmann**  
Leiter Geschäftsbereich Hügli

Thomas Bodenmann trat 1995 als Leiter Export Schweiz und Mitglied der Geschäftsleitung bei Hügli ein. Danach folgten Stationen als Geschäftsleiter Hügli Schweiz (1997–2001) und Österreich (1999–2001). Anschliessend übernahm er die Position Head of Division Food Service und Mitglied der Konzernleitung (2002–2010) sowie die des CEO (seit 2011) der Hügli Holding AG.



**Martin Henck**  
Leiter Geschäftsbereich Hilcona

Martin Henck übernahm 2012 die Führung von Hilcona. Zuvor war er in verschiedenen Positionen in Unternehmen der Lebensmittelindustrie tätig.



**Marco Tschanz**  
Leiter Geschäftsbereich Bell International  
& Leiter Geschäftsbereich Eisberg

Marco Tschanz stieg 2014 als Chief Financial Officer (CFO) bei der Bell Food Group ein. 2019 übernahm er die Leitung des Geschäftsbereichs von Bell International, wozu nun noch die Leitung des Geschäftsbereichs Eisberg hinzukam.





Arbeitssicherheit in der Bell Food Group

# SICHERHEIT KENNT KEINE KOMPROMISSE

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz haben bei der Bell Food Group oberste Priorität. Um Mitarbeitende zu schützen, müssen Risiken auf ein Minimum reduziert werden. Mitverantwortlich für den Schutz der Teams sind die direkten Vorgesetzten.



Als Arbeitgeberin müssen die Betriebe der Bell Food Group die Gesundheit und Sicherheit ihrer Beschäftigten in allen auf die Arbeitstätigkeit bezogenen Aspekten gewährleisten. Das heisst, dass sämtliche Risiken, denen Mitarbeitende ausgesetzt sein können, bewertet und Vorbeugungs- und Schutzmassnahmen ergriffen werden müssen. Dazu gehört unter anderem, die Mitarbeitenden mit Informationen zum Thema Gesundheit und Sicherheit in Bezug auf die Arbeit zu versorgen und entsprechende Schulungen anzubieten. Entscheidend für die reibungslose Umsetzung der Sicherheitskonzepte bleibt schliesslich aber der Mensch.

### Eine Null-Unfall-Kultur

«Klar definierte Verantwortlichkeiten sind äusserst wichtig», sagt Mischa Zeller, Leiter Sicherheit bei Bell Schweiz. Die Zahlen zur Arbeitssicherheit stimmen ihn optimistisch. Die Entwicklung über die Jahre zeigt, dass die Anzahl der Berufsunfälle laufend zurückgeht. «Wir streben eine Null-Unfall-Kultur an. Dank der spürbaren Motivation in den Teams und dem Interesse aller Mitarbeitenden bin ich zuversichtlich, dass wir unser Ziel in naher Zukunft erreichen werden.»

Acht Vollzeitstellen zählt das Team Arbeitssicherheit bei Bell Schweiz. Es ist zuständig dafür, die Sicherheitskultur in den einzelnen Produktionsbetrieben zu implementieren und damit den Gesundheitsschutz zu fördern und Unfallgefahren zu reduzieren. Dies gelingt, indem die Mitglieder beratend und unterstützend tätig sind und die Zuständigkeiten im Unternehmen klar benennen. Führungsverantwortliche werden in Seminaren für ihre Aufgaben und Pflichten geschult. Gefährliche Infrastruktur in Gebäuden wie unsichere Leitern, Treppen oder Podeste werden beseitigt, Absturzsicherungen auf

begehbaren Dächern angebracht sowie Arbeitsanweisungen, Checklisten und Notfalldokumente erstellt.

### Ein breites Spektrum

«Bei allen Massnahmen, die umgesetzt werden, sind es die Linienvorgesetzten, die besorgt sein müssen, dass ihre Teams unfallfrei und bei guter Gesundheit ihre Arbeit verrichten können.» Dabei setzt man auf Fortbildung, Dialog, Kontrolle und Audits. Bei sämtlichen Tätigkeiten in den Bereichen Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz sind die Vorgaben des Gesetzgebers zu beachten. Das beginnt bei den gesetzlich vorgeschriebenen Beurteilungen potenzieller Gefahren für einzelne Arbeitsbereiche sowie Maschinen und endet beim Einholen der Betriebsbewilligungen bei Neubauten und Betriebserweiterungen.

Eine besondere Herausforderung ist es, sicherheitsrelevante Informationen so aufzubereiten, dass Mitarbeitende sie zweifelsfrei verstehen, auch wenn nicht alle dieselbe Sprache sprechen. In schriftlichen Dokumentationen und vor Ort an Arbeitsplätzen und







Maschinen dienen Piktogramme dazu, auf Gefahren, beispielsweise Hitze oder scharfkantige Maschinenteile, hinzuweisen und auf korrekte Verhaltensweisen aufmerksam zu machen. In einigen Fällen setzt man bei Bell Schweiz auf die Unterstützung externer Anbieter, die Weisungen und andere Dokumente in verschiedene Sprachen übersetzen.

**Institutionalisierte Gefässe**

Mindestens einmal im Monat finden im Betrieb von Hügli Deutschland Sicherheitsbegehungen statt. Gefährdungsbeurteilungen für einzelne Bereiche werden überprüft und bei Bedarf dem aktuellen Stand angepasst. Teilnehmer dieser Rundgänge sind technische Leiter, Sicherheitsfachkräfte, sicherheitsbeauftragte Bereichsleiter und Mitglieder des Betriebsrats. Zusätzlich zu den Begehungen werden mindestens einmal im Jahr Sicherheitsunterweisungen in allen Bereichen der Operations und spezielle Unterweisungen an den für die Produktion eingesetzten Anlagen erteilt. «Zudem gibt es eine tägliche Morgenbesprechung der Teamleiter, bei der das Thema Arbeitssicherheit der erste Punkt ist. Allenfalls aufgetauchte Mängel werden umgehend behoben. Auch die einzelnen Teams haben ein tägliches Shopfloor-Meeting, bei dem das Thema Sicherheit an erster Stelle steht», sagt Martin Wehrle, Fachkraft für Arbeitssicherheit bei Hügli in Radolfzell. Visualisierungen, die auf einem Monitor in

der Betriebskantine gezeigt werden, sollen das Sicherheitsbewusstsein weiter stärken.

**Jeder Einzelfall wird analysiert**

Ganz ähnlich verhält es sich bei den Kolleginnen und Kollegen bei Hügli in der Schweiz. Regelmässige Sicherheitsschulungen und Betriebsrundgänge mit dem Fokus auf potenzielle Gefahren geniessen oberste Priorität. Die persönliche Schutzausrüstung jedes Mitarbeiters, dazu gehören unter anderem Schutzbrille und Handschuhe, schützt vor möglichen Gefahren. An Arbeitsplätzen, die starkem Lärm ausgesetzt sind, schützen sich Mitarbeitende mit massangefertigten Gehörschützen. «Wir zählen 0,2 Prozent Abwesenheit durch Betriebsunfälle. Jeder einzelne Betriebsunfall wird analysiert, um für die Zukunft Vorkehrungen zu treffen», sagt Pascal Kilchmann, stellvertretender Leiter Werksunterhalt und Sicherheitsbeauftragter bei Hügli Schweiz.



**Zusammenarbeit mit Behörden**

Stephan Streich, Sicherheitsbeauftragter bei Eisberg in der Schweiz, betont das obligatorische «Plangenehmigungsverfahren», das unter anderem vor und während baulichen Veränderungen und bei Umstellungen im Betrieb zum Einsatz kommt. Dabei spielen die Arbeitssicherheit und die Gesundheit der Mitarbeitenden eine zentrale Rolle. Reicht Eisberg ein solches Gesuch ein, wird dieses durch die kantonalen Behörden geprüft. Gegebenenfalls bitten die Behörden um Mitbericht durch die Unfallversicherung bzw. für Ausnahmen um eine Stellungnahme bei der Eidgenössischen Arbeitsinspektion. Die Umbauarbeiten im Betrieb können erst dann starten, wenn das Gesuch genehmigt wurde und allfällige Auflagen ausgearbeitet sind.

«Dort, wo ein Plangenehmigungsverfahren durchgeführt wurde, verzeichnen wir merkbar weniger Unfälle», sagt Stephan Streich. Bei Eisberg, wo Mitarbeitende Salate, Gemüse und Früchte in der Regel von Hand rüsten, gilt es, vor allem das Risiko für Schnittverletzungen zu mindern. «Die Themen Sicherheit und Unfälle sind Bestandteil jedes Shopfloor-Meetings», erklärt Stephan Streich.

**Eine nachhaltige Sicherheitskultur entwickeln**

Der Blick in die verschiedenen Betriebe zeigt, dass Sicherheit ein Thema ist, mit dem man sich bei der Bell Food Group tagtäglich auseinandersetzt. Trotz umfassenden Sicherheitskonzepten und Massnahmen ist eine hundertprozentige Sicherheit nicht zu erreichen. Vom technischen oder technologischen Fehler bis hin zu menschlichem Versagen birgt der Arbeitsalltag stets Risikofaktoren. Es gilt, diese Risiken möglichst stark zu minimieren.

Bei Bell Schweiz befindet sich derzeit das Konzept der integrierten Sicherheit in einem Drittel der Standorte in der Umsetzung. «Dabei geht es in Zusammenarbeit mit der Unfallversicherung um den Aufbau eines wirkungsvollen Sicherheitssystems und die Entwicklung einer nachhaltigen Sicherheitskultur», sagt Leiter Sicherheit Mischa Zeller. Das höchste Mass an Sicherheit im Betrieb wird gewährleistet, indem sichere Verhältnisse geschaffen und sicheres Verhalten gefördert werden. Damit dies gelingt, sind alle Mitarbeitenden gefordert, ihre Verantwortung wahrzunehmen. • ap





Status-Update zum Top-Excellence-Programm der Bell Food Group

# Top Resultate mit TopX

Vor etwas mehr als zwei Jahren wurde mit dem Roll-out des Top-Excellence-Programms die Basis geschaffen für einen gemeinsamen Weg an die Spitze. Seither ist viel passiert. Es ist Zeit für einen Zwischenstandsbericht.

Im Mai 2020 entschied die Gruppenleitung der Bell Food Group, die verschiedenen betrieblichen Optimierungsprogramme innerhalb der Gruppe mit dem unternehmensweiten Top-Excellence-Programm, kurz TopX, abzulösen. Im Fokus steht das Bestreben, Prozesse gruppenweit einheitlich und effizient zu verbessern. Der TopX-Mechanismus gibt dabei vor, welchen Weg jeder Produktionsbetrieb im Rahmen des Programms durchläuft.

Für die erste Welle wurde der Schwerpunkt auf Betriebe mit mehr als 50 Mitarbeitenden gelegt. Im Oktober 2020 starteten die ersten fünf Betriebe im Pilotmodus, bis Ende 2021 sollten die restlichen 24 ausgewählten Werke folgen.

Heute, rund zwei Jahre später, ist es an der Zeit für einen Zwischenstandsbericht. Wo steht TopX aktuell, und wo soll die Reise in den nächsten Monaten hingehen? • sh

«Mitarbeitende in den Abteilungen werden gehört und einbezogen.»

«Durch TopX sind wir besser vernetzt und können unbürokratisch Probleme lösen.»

«Unsere Projekte werden durch TopX sichtbarer und motivieren auch andere.»

«Mit TopX und der Besprechungsstruktur sehe ich jeden Tag, wie ich gegenüber meinen Zielen stehe.»

«TopX hilft mir dabei, meine Abteilung strukturierter zu steuern.»



**1. Meilensteine: 29**  
**2. Meilensteine: 10**

Meilensteine bescheinigen den Standorten, eine bestimmte Etappe des TopX-Prozesses erfolgreich abgeschlossen zu haben. In der ersten Phase geht es darum, die wichtigsten Handlungsfelder zu identifizieren und Fokusprojekte festzulegen. Die zweite Etappe hat unter anderem die Etablierung einer Standortsteuerung oder die Erstellung eines klar definierten Kommunikationskonzeptes im Fokus.

**Werke in Umsetzung: 32**

Bis Januar 2022 haben 32 Produktionsbetriebe mit TopX gestartet.

**Fokusprojekte: 256**

Im Rahmen von Fokusprojekten arbeiten die Werke in interdisziplinären Teams an konkreten Verbesserungspotenzialen, die aus den identifizierten Handlungsfeldern hervorgehen.

**Einsparungen: CHF 16 000 000.–**

Mit TopX wurden seit der Einführung Einsparungen von 16 Millionen Schweizer Franken vorgenommen. Das entspricht einer Kosten-Nutzen-Ratio von 1:6.

**Involvierte Mitarbeitende: 60 %**

In der Produktion und in produktionsnahen Bereichen arbeiten täglich mehr als 4 455 Personen mit den TopX-Methoden.

«Jetzt geht es darum, dass wir voneinander lernen»

«Zuallererst möchte ich mich bei allen Involvierten bedanken. Die konstruktive Zusammenarbeit und das hohe Engagement der Kolleginnen und Kollegen beeindruckt mich auch heute immer wieder aufs Neue.

Umso mehr, weil ich zu Beginn des Programmes mit mehr Widerstand gerechnet hatte. Als wir mit TopX starteten, waren an vielen Standorten bereits Operational-Excellence-Programme im Einsatz. Ich rechne es den Werken sehr hoch an, dass sie bereit waren, die bestehenden Programme abzulösen und mit TopX nochmal neu zu starten. Das ist nicht selbstverständlich – umso mehr, da die letzten zwei Jahre allem voran von der Coronapandemie geprägt waren. Auf das bisher Erreichte können wir wirklich stolz sein.

Dank TopX reden wir in den Werken jetzt alle eine gemeinsame Sprache und pflegen gemein-

same Vorgehensweisen; zum Beispiel wie wir mit Projekten umgehen oder wie wir tägliche Meetings durchführen.

In den kommenden Monaten soll es vor allem darum gehen, dass wir voneinander lernen und Best Practices austauschen. Bei Problemen müssen wir das Rad nicht unbedingt neu erfinden, sondern können uns zuerst bei anderen Werken nach erprobten Lösungsansätzen erkundigen.

Dabei wird uns auch die TopX-Akademie helfen, mit der wir Menschen aus allen Unternehmensteilen zusammenbringen wollen. Neben der methodischen Ausbildung wird so auch ein Austausch zu konkreten Umsetzungen möglich. Auf diese Basis können wir auf unserem gemeinsamen Weg an die Spitze bauen.»



Alexander Duss, Leiter TopX



Gesundheitsschutz durch mehr Ergonomie am Arbeitsplatz

# Bewegende Projekte

Um Beschwerden am Bewegungsapparat zu lindern – oder sie gar nicht erst entstehen zu lassen –, setzt Bell in der Schweiz in Kooperation mit der Krankenversicherung SWICA seit 2021 auf mehr Ergonomie am Arbeitsplatz. Auch andernorts in der Bell Food Group wird das Thema grossgeschrieben und mit vielfältigen Projekten unterstützt.

Fast jeder hat vermutlich schon die Erfahrung gemacht, wie sich schweres Heben, häufiges Bücken sowie langes Stehen oder Sitzen auf den Bewegungsapparat auswirken.

## Gegen Schmerzen und Verspannungen lässt sich etwas tun.

Doch gegen Rückenschmerzen und Nackenverspannungen lässt sich etwas tun. Das zeigt Bell Schweiz mit dem Projekt «Ergonomie am Arbeitsplatz», das im vergangenen Jahr in Zusammenarbeit mit der Krankenversicherung SWICA startete.

Es ermöglicht vor allem Mitarbeitenden aus der Produktion, sich an allen Schweizer Standorten in Einzelberatungen beim jeweiligen Betriebsphysiotherapeuten Hilfe zu holen. Egal, ob schon Beschwerden vorliegen oder diesen vorgebeugt werden soll.

«Zu den Stärken des Programms gehört, dass wir sehr individuell auf die als belastend empfundenen Tätigkeiten eingehen können», berichtet Physiotherapeut Roland Reilly, Spezialist für Präventionsmanagement bei der SWICA und Koordinator der Initiative bei Bell. «Abhilfe schaffen wir dann mit einfachen Massnahmen wie ergonomischeren Bewegungsabläufen, Hilfsmitteln oder Ausgleichsübungen. Bei den Nachkontrollen stelle ich dann häufig fest, dass die Mitarbeitenden in der Lage waren, ihre Beschwerden selbst zu beeinflussen.»

«Das Programm, das wir im Rahmen unseres betrieblichen Gesundheitsmanagements anbieten, wird von den Teams sehr gut angenommen», sagt Monika Suppiger, Leiterin HR Zell und verantwortlich für das Ergonomieprojekt. «Mehr als 180 Ergonomie-Assessments und Nachkontrollen wurden seit der Einführung bereits durchgeführt und entsprechende Verbesserungen vorgenommen.»



Eisberg hat mehrere Fokusprojekte zur Ergonomie gestartet.



Das rät der Physiotherapeut Roland Reilly ...

... für die Produktion:

Belastungen beim Arbeiten mit schweren Lasten lassen sich durch Drehen aus dem ganzen Körper heraus und durch Einsatz der Beine statt des Rückens wesentlich reduzieren.

Zudem bewegen sich die meisten Menschen aus jahrelanger Gewohnheit zu einseitig. Um diese Bewegungsmuster zu durchbrechen und alternative Abläufe einzuüben, braucht es den Praxistransfer direkt am Arbeitsplatz.

... fürs Büro:

Einer der häufigsten Fehler ist die fehlende Neigung des Bildschirms. Am ergonomischsten ist es, wenn der Blick rechtwinklig auf die Oberfläche fällt. Zudem können regelmässige Mikropausen mit Bewegungsübungen wie dem Strecken sowie kurze Spaziergänge in längeren Pausen den Körper aktivieren und die Konzentrationsfähigkeit steigern.

Aber die Bell Food Group beschäftigt sich nicht nur in der Schweiz mit dem Thema. So hat beispielsweise der Standort Harkebrügge von Bell Deutschland im Rahmen eines neuen Programms zur betrieblichen Gesundheitsförderung als erstes Teilprojekt die Verbesserung der Ergonomie in der Servierschnittabteilung in Angriff genommen. Nach den Analysen der Arbeitsplätze werden nun gemeinsam mit dem Partner, der Krankenkasse AOK, entsprechende Verbesserungen ausgearbeitet.

Auch Eisberg engagiert sich für ein ergonomischeres Arbeitsumfeld. Unter anderem installierte das Unternehmen in Marchtrenk bei einer Schlauchbeutelanlage statt einer Leiter ein festes Podest. Es ermöglicht, nun die Folie in einer ergonomischeren Körperhaltung einzuspannen, und verringert gleichzeitig deutlich die Sturzgefahr. Zudem gab es bei Eisberg Schweiz im Rahmen von TopX mehrere Fokusprojekte zu diesem Thema, bei denen unter anderem neue Rollwagenstapler mit tieferen Stapelhöhen entstanden.

Auch Hügli ist in Sachen Ergonomie aktiv und stattet seine Standorte mit entsprechenden Hilfsmitteln aus. Dazu gehören beispielsweise höhenverstellbare Schreibtische und Stühle in den Büros oder Hebehilfen für die Teams in der Produktion.

Hilcona nähert sich dem Thema noch auf eine andere Art: Als einer von drei Pilotbetrieben in Liechtenstein motiviert das Unternehmen im Rahmen der Aktion «beWEGt» seit März Mitarbeitende dazu, den Weg zur Arbeit zwölf Wochen lang mit dem Fahrrad oder zu Fuss zurückzulegen. Eine tolle Möglichkeit, um Gesundheitsförderung und Umweltschutz miteinander zu verknüpfen. • *mr*



Spezialitäten mit Herkunftsnachweis haben in der Bell Food Group Tradition

# Leidenschaft für echte Originale

Manche sind echte Berühmtheiten, andere eher Insidertipps – aber alle garantieren höchsten Genuss. Gemeint sind Spezialitäten, deren Herkunft oder traditionelle Rezeptur durch ein Siegel geschützt ist. In der Bell Food Group gibt es insgesamt über 25 Charcuterieprodukte, die einen solchen Nachweis tragen. Und es kommen sogar immer noch neue hinzu.



Wurstwaren mit Herkunftssiegeln stehen für höchsten Genuss.

## Die Siegel im Überblick

### Geschützte Ursprungsbezeichnung (g.U.) & «Appellation d'Origine Protégée» (AOP)

Diese Siegel garantieren, dass ein Erzeugnis in einem bestimmten geographischen Gebiet nach einem anerkannten und festgelegten Verfahren aus lokalen Rohstoffen hergestellt wurde.



### Geschützte geografische Angabe (g.g.A.) & «Indication Géographique Protégée» (IGP)

Dieses Siegel bestätigt, dass eine Verbindung des Erzeugnisses mit dem Herkunftsgebiet besteht, wobei nur einer der Herstellungsschritte – also Erzeugung, Verarbeitung oder Zubereitung – im Herkunftsgebiet geschehen muss.



### Garantiert traditionelle Spezialitäten (g.t.S.)

Dieses Siegel steht für ein Erzeugnis, das nach einer traditionellen Rezeptur beziehungsweise Herstellungsweise produziert wurde. Es ist nicht an ein geografisches Gebiet gebunden.



Manchmal dauert es etwas länger, bis eine Spezialität ihre verdiente Anerkennung bekommt. So ging es der «Trockenen Krakauer nach altpolnischer Art»: Obwohl sie auf eine lange Geschichte im Wurstmacherland Polen zurückblickt, erhielt sie erst 2018 die Auszeichnung als «Garantiert traditionelle Spezialität» (g.t.S.).

Damit reihte sie sich in die Riege der Lebensmittel ein, deren Rezeptur oder Herkunft besonders geschützt ist. Zusätzlich zum g.t.S.-Siegel gibt es in der europäischen Union noch die beiden Gütezeichen «Geschützte geografische Ursprungsbezeichnung» (g.U.) und «Geschützte geografische Angabe» (g.g.A.). Die Schweizer Äquivalente dazu sind «Appellation d'Origine Protégée» (AOP) und «Indication Géographique Protégée» (IGP).

Aber zurück nach Polen und zur «Trockenen Krakauer nach altpolnischer Art». Diese gepökelte und geräucherte Wurst mit Aromen von Pfeffer, Knoblauch und Muskat ist eine beliebte Delikatesse. Ein Genuss, den auch die Kol-

leginnen und Kollegen von Bell Polen ihren Kunden nicht vorenthalten wollten.

### Im April 2021 startete in Polen die Vorbereitung für die g.t.S.-Zertifizierung.

Daher starteten sie im April 2021 mit den Vorbereitungen für die g.t.S.-Anerkennung ihrer Wurst. «Um die Zertifizierung zu beantragen, mussten wir nachweisen, dass wir alle vorgeschriebenen Anforderungen einhalten», berichtet Magda Kamińska, Marketing Manager bei Bell Polen. «Das bedeutet, dass wir alle Spezifikationen genau einhalten mussten: von der Auswahl des Fleisches, der Gewürze und der Zusatzstoffe über die Rezeptur bis hin zum Herstellungsprozess.»

Knapp ein Jahr später fand dann das Zertifizierungsaudit statt, das Bell Polen ohne Probleme bestand. Mitte Mai dieses Jahres kam dann die ersehnte Bestätigung in Form der Konformitätsbescheinigung. Seither trägt auch die altpolnische Spezialität von Bell das runde, gelb-blaue Etikett, das im Handel direkt ins Auge fällt und wie alle Herkunftssiegel als Verkaufsargument gilt.

Das polnische Team ist also nun ebenfalls Mitglied im «Club der Gütezeichen-Träger». Insgesamt über 25 Spezialitäten aus der Bell Food Group tragen aktuell eines der begehrten Labels. Viele von ihnen sind weit über die Grenzen hinaus bekannt, wie der Schwarzwälder oder der Serrano Schinken sowie das Bündnerfleisch. Andere sind eher lokale Helden wie die Saucisson sec d'Auvergne oder die OLMA Bratwurst.

Sie alle haben aber etwas gemeinsam: Sie stammen aus den Händen von Menschen, die ihr Metzgerhandwerk verstehen und sich der Tradition ihrer Region verpflichtet fühlen. Charcuteriewaren mit Herkunftsnachweis stehen daher seit je für besonderen Genuss und beste Qualität. • mr





## «Saucisson vaudois» und «Saucisse aux choux vaudoise»: Zwei echte Waadtländer

Die Saucisson vaudois und die Saucisse aux choux vaudoise erkennt man beim Einkaufen nicht nur an ihrer typischen gold-braunen Farbe, sondern auch an der grünen Plombe, die sie als traditionelle Waadtländer Charcuterie-Erzeugnisse mit IGP-Zertifizierung kennzeichnet. Bei beiden Versionen handelt es sich um rohe, geräucherte, unterbrochen gereifte oder getrocknete Charcuterieprodukte. Ihr grosser Unterschied: Die Saucisse aux choux vaudoise enthält neben Fleisch auch Weisskohl, der ihr nicht nur ein würziges Aroma von Fleisch und Rauch, sondern auch eine hohe Saftigkeit verleiht.

Einer Legende nach geht diese Rezeptur auf einen Besuch des deutschen Kaisers Karl im Jahr 879 in Orbe zurück. Als das Fleisch knapp wurde, soll das Wurstbrät mit Weisskohl vermischt worden sein. Beide Traditionsprodukte aus dem Waadtland sind seit 2004 mit dem IGP-Siegel geschützt.

**Die saftige Saucisse aux choux vaudoise enthält neben Fleisch auch Weisskohl.**



«Die Saucisse aux choux vaudoise ist fest in den Essgewohnheiten der Romandie verankert. Die Säure des Kohls passt wunderbar zum Schweinefleisch – und man isst eben nicht nur Fleisch, sondern auch Gemüse. Zudem werden beide Waadtländer Würste gerne für das traditionelle Eintopfgericht «Papet Vaudois» verwendet, bei dem noch Lauch und Kartoffeln hinzukommen.

Bei der Herstellung der Saucisson vaudois und der Saucisse aux choux vaudoise müssen wir die Kriterien, die im Lastenheft festgelegt sind, genau einhalten, da uns ansonsten das Recht zur Herstel-

lung entzogen würde. Dies ist ein Garant für die Qualität dieser edlen Produkte. Regelmässige, unangekündigte Kontrollen durch eine externe Organisation sowie Verkostungen im Betrieb tragen ebenfalls zur gleichbleibenden Hochwertigkeit der Würste bei.»

Christophe Maillard,  
Betriebsleiter Charcuterie Cheseaux





## «Schwarzwälder Schinken»: das Original aus dem Tannenrauch

Seinen einzigartigen Geschmack mit der rauchigen Note und dem würzigen Aroma verdankt der Schwarzwälder Schinken dem Pökeln und Räuchern über Tannen- und Fichten-

**Der Schwarzwälder Schinken erhielt als einer der ersten in seiner Kategorie das g.g.A.-Siegel.**

holz. Diese guten Eigenschaften haben ihn zum meistverkauften Rohschinken in Deutschland gemacht. Aber nicht nur im eigenen Land steht diese Spezialität hoch im Kurs. Auch international gilt er wie Kuckucksuhr und Bommelhut als Inbegriff der Region. Das g.g.A.-Siegel erhielt der Schwarzwälder Schinken als einer der ersten in dieser Produktkategorie 1997, und seit diesem Jahr stellte auch die heutige Bell-Marke Abraham das Original aus dem Südwesten Deutschlands her.

hol. Diese guten Eigenschaften haben ihn zum meistverkauften Rohschinken in Deutschland gemacht. Aber nicht nur im eigenen Land steht diese Spezialität hoch im Kurs. Auch international gilt er wie Kuckucksuhr und Bommelhut als Inbegriff der Region. Das g.g.A.-Siegel erhielt der Schwarzwälder Schinken als einer der ersten in dieser Produktkategorie 1997, und seit diesem Jahr stellte auch die heutige Bell-Marke Abraham das Original aus dem Südwesten Deutschlands her.

«Das Besondere am Schwarzwälder Schinken ist die traditionelle Kalträucherung über regionalen Nadelhölzern. Die Schinken hängen dafür bei einer Temperatur von 20 bis etwa 30 Grad Celsius in gemauerten Rauchkaminen oder Rauchkammern. Die verwendeten Nadelhölzer aus dem Schwarzwald sorgen für eine besondere kräftige Geschmacksrichtung. Das Holz dafür – es muss naturbelassen sein – beziehen wir aus Sägewerken, die sich im Umkreis von zehn Kilometern um unseren Herstellungsbetrieb in Schiltach befinden.»

Hans-Christian Herzog, Produktionsleiter  
Bell Deutschland in Schiltach

## «Saucisson sec d'Auvergne»: ein echtes Naturwunder

Die grobe Trockenwurst aus der Auvergne wird aus ausgewähltem Schweinefleisch von schwereren, älteren Tieren hergestellt. Getrocknet in der guten Luft der grünen Region in der Mitte Frankreichs, begeistert sie nicht zuletzt durch ihre spürbare Knoblauchnote mit einem kräftigen Geschmack. Gereift im Naturdarm und mit Edelschimmel überzogen, strahlt sie auch optisch alles aus, was eine traditionelle Spezialität mit Manufakturcharakter haben sollte. Je nach verwendetem Teil des Darms erhalten die Würste eine andere Form und Dicke. Neben dem g.g.A.-Siegel tragen einige von ihnen auch das in Frankreich sehr bekannte, amtliche Gütezeichen «Label Rouge».

**Naturdarm und Edelschimmel zeigen auch optisch den Manufakturcharakter dieser Wurst.**



Im Gespräch mit Sophie Lucas



Sophie Lucas ist Produktmanagerin Marketing bei Bell Frankreich und Präsidentin des Konsortiums «Salaisons d'Auvergne».

**Wie effektiv sind aus Ihrer Sicht Herkunftssiegel bei der Vermarktung von Spezialitäten?**

Ich denke, dass Herkunftszeichen für die Vermarktung unserer Produkte sehr wichtig sind. Denn sie dienen den Verbraucherinnen und Verbrauchern als Orientierungshilfe und geben ihnen gleichzeitig ein Qualitätsversprechen. Die Nachfrage nach hochwertigen Charcuterieprodukten mit Gütezeichen hat sich in Frankreich während der Pandemie noch verstärkt. Während des Lockdowns haben die Menschen vermehrt – quasi zur Aufmunterung – zu Qualitätsprodukten gegriffen und damit auch den Produkten mit Ursprungssiegeln höhere Verkaufszahlen beschert.

**Als Präsidentin des «Consortium des Salaisons d'Auvergne» setzen Sie sich dafür ein, die IGP-Produkte aus ihrer Region noch bekannter zu machen. Wie verfolgen Sie dieses Ziel?**

Wir haben eine breit aufgestellte Strategie, um die Aufmerksamkeit auf unsere Produkte zu lenken. Die Endverbraucher erreichen wir beispielsweise durch Medienkampagnen im Fernsehen, unsere Auftritte in sozialen Netzwerken wie Facebook und Instagram oder bei Verkostungsaktionen im Supermarkt. Ausserdem nehmen wir an Fachmessen teil und sind in den Fachmedien präsent. Und im September werden wir zum ersten Mal eine festliche Veranstaltung in Clermont Ferrand organisieren, bei der natürlich auch unsere Produkte im Mittelpunkt stehen.

**Konnten Sie die Bekanntheit der IGP-Produkte aus der Auvergne durch Ihr Engagement in Frankreich bereits steigern?**

Ja, das gelingt uns sehr gut. Obwohl der Schinken und die Trockenwurst aus der Auvergne erst seit 2016 das Herkunftssiegel tragen, ist der Bekanntheitsgrad in Frankreich bereits recht hoch. Das zeigt auch, dass die Auvergne in unserem Land inzwischen in der Top 3 der bekanntesten Regionen für Wurstwaren rangiert.





## «OLMA-Bratwurst»: die berühmteste Ostschweizerin

**«In den schweren  
Kriegszeiten war die  
OLMA-Bratwurst ein  
erschwingliches  
und nahrhaftes  
Nahrungsmittel.»**

Die OLMA-Bratwurst wird ebenso wie ihre kleine Schwester, die St.Galler Bratwurst, aus bestem Schweizer Kalb- und Schweinefleisch hergestellt. Weitere gute Zutaten wie Milch, Zitronenschale und Muskatblüte sorgen für ihren besonderen Geschmack, der sich am besten nur mit etwas Brot als Beilage entfaltet. Senf oder andere Saucen sind für Kenner ein Tabu. Auffällig ist im Vergleich zu anderen Schweizer Bratwürsten zudem ihre helle Farbe. Sie stammt unter anderem von einem hohen Kalbfleischanteil von mindestens 50 Prozent sowie der Würzung ohne Zugabe von Nitritpökelsalz. Die prominente Wurst aus der Ostschweiz trägt seit 2008 das IGP-Siegel.

*«Die OLMA-Bratwurst ist nicht nur eine besondere Spezialität, sie hat auch eine besondere Entstehungsgeschichte. Die Rezeptur der St. Galler Bratwurst, nach deren Vorbild sie hergestellt wird, geht weit zurück bis ins Jahr 1438. 1943 kam die OLMA-Bratwurst dann als grössere Variante mit 160 Gramm auf der in diesem Jahr ebenfalls erstmals stattfindenden gleichnamigen Landwirtschaftsmesse zum ersten Mal auf den Grill. In den schweren Zeiten des Krieges wollte man damit ein nahrhaftes Nahrungsmittel zu erschwinglichen Preisen anbieten.»*

*Heute ist die Wurst das ganze Jahr hindurch im Handel erhältlich und im gesamten Land bekannt und beliebt.»*

*Cristiano Zapatero, Leiter Verpackung  
Bell Schweiz in Gossau*





## «Walliser Trockenfleisch»: der Edelmann aus dem 16. Jahrhundert



Die Wurzeln des Walliser Trockenfleischs reichen weit über 400 Jahre zurück und die Rezeptur hat sich seither kaum verändert. Damals wie heute wird diese Spezialität aus bestem Schweizer Rindfleisch aus dem Stotzen hergestellt und dann sorgfältig mit einer Salz-Kräuter-Mischung eingerieben. Während der Trocknungszeit bildet sich ein Edelschimmel, der dem Walliser Trockenfleisch, das seit 2003 nach dem IGP-Standard geschützt ist, seinen delikaten Geschmack verleiht.

*«Zu den strengen IGP-Vorgaben gehört, dass das Fleisch von Schweizer Rindern stammen muss. Auch die Stücke, die wir verwenden dürften, sind klar definiert: Nur die mageren Teile aus dem Keil, der Quadratscheibe, der Rundscheibe und der unteren Nuss sind erlaubt. Zudem gehört zu den Anforderungen, dass das Produkt im Wallis gesalzen und getrocknet wird.*

*Entscheidend ist auch die Salzmenge: Nehmen wir zu wenig, gehen wir ein Risiko für die Lebensmittelsicherheit ein. Nehmen wir zu viel, leidet das Endprodukt. Der wichtigste Faktor für die Herstellung ist aber die Fleischqualität. Denn wir haben keinen Zauberstab, der aus einem minderwertigen Rohstoff hochwertiges Trockenfleisch machen kann.»*

*Sébastien Studer, Leiter Betrieb Cher-Mignon*



## «Bündnerfleisch»: die kantige Delikatesse

Ursprünglich als Bauernkost für den Winter haltbar gemacht, hat es das Bündnerfleisch inzwischen weltweit in die Feinkostabteilungen geschafft. Kein Wunder, denn das dunkelrote, magere Fleisch aus Graubünden in der typischen Rechteckform überzeugt mit grosser Zartheit sowie einem würzigen, leicht salzigen Geschmack. Dazu trägt nicht zuletzt die zum Pökeln verwendete Gewürzmischung bei, die neben Salz auch etwa Pfeffer, Knoblauch, Ing-

wer oder Wacholder enthält. Diese Schweizer Berühmtheit trägt nicht nur seit 1999 das IGP-Siegel, Bündnerfleisch ist zudem seit 2001 auch eine eingetragene Marke.

*«Bündnerfleisch wird traditionell aus Teilen des Rinderstotzens hergestellt. Wir verwenden dafür nur die hochwertigsten Stücke von Schweizer Rindern (Eckstücke, Unterspälte und runder Mocken). Sie sind mager und haben nur wenige Sehnen. Damit sorgen sie für eine gleichmässige Abtrocknung – und für die schöne tiefrote Farbe beim fertigen Bündnerfleisch.*

*Bündnerfleisch ist ein äussert traditionelles und ursprüngliches Produkt. Selbst modernste technische Anlagen und neueste Produktionserkenntnisse können bei der Herstellung nur unterstützend wirken. Für ein perfektes Produkt ist vor allem viel Fingerspitzengefühl gefragt.*

*Um die Qualität sicherzustellen, überwachen wir bestimmte Schritte während des Herstellungsprozesses besonders genau, überprüfen die fertigen Produkte stichprobenartig im Labor und führen regelmässig Degustationen durch.»*

*Thomas Pfindel, Qualitätsmanagementbeauftragter Charcuterie Churwalden*





## Wir gratulieren und nehmen Abschied

Dienstjubiläen und Pensionierungen von Juni bis August 2022

Bell Schweiz

### 20 Dienstjahre

**Johan Edmond**, 1. Juni, Bell Schweiz, Basel  
**Thierry Vuillot**, 3. Juni, Bell Schweiz, Basel  
**Olivier Rousseaux**, 10. Juni, Bell Schweiz, Cheseaux  
**Tony Blazek**, 17. Juni, Bell Schweiz, Basel  
**Doris Hoffschier**, 17. Juni, Bell Schweiz, Basel  
**Denis Colas**, 1. Juli, Bell Schweiz, Cheseaux  
**Imrlije Idrizi**, 1. Juli, Bell Schweiz, Gossau  
**Shake Lokaj**, 1. Juli, Bell Schweiz, Gossau  
**Jürgen Otteny**, 1. Juli, Bell Schweiz, Basel  
**Muriel Vetter**, 1. Juli, Bell Schweiz, Basel  
**Valbone Lataj**, 8. Juli, Bell Schweiz, Gossau  
**Jean-Luc Lardi**, 15. Juli, Bell Schweiz, Basel  
**Michael Roth**, 1. August, Bell Schweiz, Basel  
**Stefan Seiler**, 1. August, Bell Schweiz, Basel  
**Alexandre Kucia**, 5. August, Bell Schweiz, Basel

### 25 Dienstjahre

**Jayarajan Navaratnam**, 23. Juni, Bell Schweiz, Zell  
**Kenan Imer**, 11. August, Bell Schweiz, Zell

### 30 Dienstjahre

**Daniel Gisler**, 1. Juni, Bell Schweiz, Oensingen  
**Ahmet Koeksecen**, 1. Juli, Bell Schweiz, Basel  
**Peter Hodel**, 6. Juli, Bell Schweiz, Zell

### 35 Dienstjahre

**André Folzer**, 15. Juni, Bell Schweiz, Basel  
**Eric Loigerot**, 1. Juli, Bell Schweiz, Basel  
**Cengiz Sekerci**, 7. Juli, Bell Schweiz, Basel  
**Kurt Fuhrmann**, 14. Juli, Bell Schweiz, Oensingen  
**Pascal Leonarczyk**, 20. Juli, Bell Schweiz, Basel  
**Peter Ruepp**, 11. August, Bell Schweiz, Zell  
**Jelena Teofilovic**, 17. August, Bell Schweiz, Basel

### 40 Dienstjahre

**Clarisse Waltensperger**, 5. Juli, Bell Schweiz, Basel

### Pensionierungen

**Rolf Affolter**, 30. Juni, Bell Schweiz, Oensingen  
**Maria De Sousa Quaresma Longa**, 30. Juni, Bell Schweiz, Oensingen  
**Hanspeter Gutenberger**, 30. Juni, Bell Schweiz, Basel  
**Manfred Greiner**, 31. Juli, Bell Schweiz, Basel  
**Beat Lüthi**, 31. August, Bell Schweiz, Oensingen

### Frühpensionierungen

**Manuel Da Silva Goncalves**, 31. Mai, Bell Schweiz, Zell (*Nachtrag*)  
**Jean-Luc Thomas**, 31. Mai, Bell Schweiz, Cheseaux (*Nachtrag*)  
**Didier Mayer**, 30. Juni, Bell Schweiz, Basel  
**Yvan Radukic**, 30. Juni, Bell Schweiz, Oensingen  
**Rolf Rothenbühler**, 30. Juni, Bell Schweiz, Oensingen  
**William Schmitt**, 30. Juni, Bell Schweiz, Basel  
**Risto Ugrinovski**, 30. Juni, Bell Schweiz, Cheseaux  
**Kurt Anderegg**, 31. August, Bell Schweiz, Oensingen  
**Jean-Luc Lardi**, 31. August, Bell Schweiz, Basel  
**Franz Reichmuth**, 31. August, Bell Schweiz, Oensingen

In der letzten Ausgabe ist uns bei den Jubiläen von Bell Schweiz ein Fehler passiert. Die Tage und Monate waren nicht korrekt. Dafür möchten wir uns bei den Jubilarinnen und Jubilaren entschuldigen.

Bell International

### 20 Dienstjahre

**Luisa Ritter**, 17. Juni, Bell Deutschland, Harkebrügge  
**Alexander Lupenzow**, 17. Juni, Bell Deutschland, Harkebrügge  
**Klaus Thien**, 17. Juni, Bell Deutschland, Seevetal  
**Ramiz Krasniqi**, 18. Juni, Hubers Landhendl, Pfaffstätt  
**Michael Kiebe**, 1. Juli, Bell Deutschland, Edewecht  
**Aliev Achmasolta**, 8. Juli, Hubers Landhendl, Pfaffstätt  
**Ferdinand Katzberger**, 11. Juli, Frisch Express, Pfaffstätt  
**Hazir Beha**, 15. Juli, Hubers Landhendl, Pfaffstätt  
**Franziska Salzlechner**, 22. Juli, Hubers Landhendl, Pfaffstätt  
**Helga Meyer**, 1. August, Bell Deutschland, Seevetal  
**Rolf Deeken**, 12. August, Bell Deutschland, Edewecht  
**Zenel Avdyli**, 21. August, Hubers Landhendl, Pfaffstätt

### 25 Dienstjahre

**Rudolf Graml**, 1. Juni, Hubers Landhendl, Pfaffstätt  
**Hermann Buchheister**, 7. Juli, Frisch Express, Pfaffstätt  
**Sabine Elfert**, 1. August, Bell Deutschland, Seevetal  
**Sueleyman Aydogan**, 20. August, Bell Deutschland, Schiltach

### 30 Dienstjahre

**Olivier Monteil**, 29. Juni, Bell Frankreich, Teilhede  
**Yvonne Stibitz**, 6. Juli, Bell Deutschland, Edewecht  
**Yvonne Meirose**, 1. August, Bell Deutschland, Edewecht

Eisberg

### 20 Dienstjahre

**Rosa Cacaes**, 1. März, Eisberg Spanien, Aguilas (*Nachtrag*)  
**Árpád Béláné Drobecz**, 1. Mai, Eisberg Ungarn, Gyál (*Nachtrag*)  
**Maria Joao Guimaraes Sebo Cannizzaro**, 1. Juni, Eisberg Schweiz, Villigen  
**Eric Montandon**, 10. Juni, Sylvain & Co, Essert-sous-Champvent  
**Ramazan Türkmen**, 1. Juli, Eisberg Schweiz, Dänikon  
**Carmen Manuela Da Silva Monteiro**, 6. August, Sylvain & Co, Essert-sous-Champvent  
**Leopoldina De Almeida Soares**, 12. August, Sylvain & Co, Essert-sous-Champvent  
**José Manuel Veira Guimaraes**, 12. August, Sylvain & Co, Essert-sous-Champvent

### 25 Dienstjahre

**Célia Maria Pinto Correia Ventura**, 19. Juni, Eisberg Schweiz, Dällikon  
**Paula Cristina Teopista Pinto**, 1. Juli, Eisberg Schweiz, Dällikon  
**Manuel Antonio Pereira Nogueira**, 17. Juli, Eisberg Schweiz, Dällikon

### 35 Dienstjahre

**José Barros Luis**, 30. Juni, Sylvain & Co, Essert-sous-Champvent

### Pensionierungen

**Kupendrarasa Ratnam**, 25. Juli, Eisberg Schweiz, Dällikon  
**Bernard Ruppenner**, 31. August, Sylvain & Co, Essert-sous-Champvent



# Play & Win!

PLAY AND WIN

## Wettbewerbsfrage

Über welchem Holz wird  
der Schwarzwälder Schinken geräuchert?



A) Tannenholz



B) Eichenholz



C) Ahornholz

Hilcona

**20 Dienstjahre**

**Isabel Pereira**, 14. Juni, Hilcona Gourmet, Orbe  
**Yvette Ebelle Ebimbe**, 18. Juni, Hilcona Gourmet, Orbe  
**David Maillard**, 1. Juli, Hilcona Gourmet, Orbe  
**Mayte Lema Trigo**, 1. August, Hilcona, Schaan  
**Monika Mueller-Gassner**, 1. August, Hilcona Schaan  
**Samantha Castelmur**, 3. August, Hilcona, Schaan  
**Birgil Ameti**, 5. August, Hilcona Gourmet, Orbe  
**Laura Barbosa Soares**, 19. August, Hilcona Gourmet, Orbe  
**Sonia Groux**, 26. August, Hilcona Gourmet, Orbe

**25 Dienstjahre**

**Harald Marte**, 1. Juni, Hilcona, Schaan  
**Hueseyin Semiz**, 3. Juni, Hilcona, Schaan  
**Perfecto Dominguez Blanco**, 1. Juli, Hilcona, Schaan  
**Michaela Gassner**, 8. Juli, Hilcona, Salez  
**Heike Schleidt**, 31. Juli, Hilcona Feinkost, Leinfelden-Echterdingen

**30 Dienstjahre**

**Christa Ender**, 1. Juni, Hilcona, Schaan  
**Monica Esperante Paris**, 2. Juni, Hilcona, Schaan

**40 Dienstjahre**

**Thomas Drissner**, 2. August, Hilcona, Schaan

Hügli

**20 Dienstjahre**

**Thomas Heinle**, 1. Juli, Hügli, Österreich  
**Jan Kubelka**, 1. Juni, Hügli, Zásmuky  
**Miloslav Cíkán**, 3. Juni, Hügli, Zásmuky  
**Ewald Brügel**, 17. Juni, Hügli, Radolfzell  
**Mirjam Both**, 1. Juli, Bresc, Werkendam  
**Annemarie Heer**, 1. Juli, Hügli, Radolfzell  
**Renate Schuler**, 1. August, Hügli, Radolfzell  
**Jaroslav Konopáč**, 30. August, Hügli, Zásmuky

**25 Dienstjahre**

**Martin Bertsch**, 23. Juni, Hügli, Radolfzell  
**Sandra Straub**, 28. Juli, Hügli, Radolfzell

**30 Dienstjahre**

**Peter Beck**, 1. Januar, Hügli, Steinach (Nachtrag)  
**Susanna Bulatovic**, 1. Juli, Hügli, Radolfzell  
**Güzide Dere**, 28. Juli, Hügli, Radolfzell

**35 Dienstjahre**

**Birgit Bali**, 1. Juli, Hügli, Radolfzell  
**Manfred Kindrat**, 13. Juli, Hügli, Radolfzell

**Pensionierungen**

**Olga Fleiner**, 28. Februar, Hügli, Radolfzell (Nachtrag)  
**Filippo Barbarotto**, 30. April, Hügli Nahrungsmittel, Steinach (Nachtrag)  
**Elena Engelmann**, 31. Mai, Hügli, Radolfzell (Nachtrag)  
**Alfred Hois**, 31. Mai, Hügli, Österreich (Nachtrag)  
**Brigitte Trippel**, 31. Mai, Hügli, Radolfzell (Nachtrag)  
**José Del Bosque**, 1. Juni, Granovita, Vall d'Uixò  
**Rolf Vielsäcker**, 30. Juni, Hügli, Radolfzell  
**Bärbel von Cuyck**, 30. Juni, Hügli, Radolfzell  
**Georg-Reinhold Lepel**, 31. Juli, Hügli, Radolfzell

**Frühpensionierung**

**Hansruedi Schneider**, 30. April, Hügli Nahrungsmittel, Steinach (Nachtrag)

**Wir nehmen Abschied**

**Diane Fleeman**, 25. Februar, Hügli United Kingdom, Redditch  
 Den Angehörigen und dem Umfeld der Verstorbenen möchten wir unser  
 Beileid aussprechen.



Kreative Spiessli und vieles mehr  
für abwechslungsreichen BBQ-Spass

# In guter Spiess- gesellschaft

*Achtung, jetzt wirds spiessig: Für diese LOOK!-Ausgabe haben wir einige echte Genussexperten aus der Bell Food Group um ausgefallene Spiessli-Rezepte gebeten. Die kreativen Ergebnisse präsentieren wir hier – von fleischlastig bis vegan. Und für alle, die noch etwas anderes auf den Rost legen wollen, gibt es auch wieder vielfältige BBQ-Neuheiten. • mr*

## «The Green Mountain»- Bratwurst-Spiess «Mexican»

Michael Lock vom  
Competence Center Kulinarik  
Hilcona aus Schaan



### Zutaten für 4 Personen:

4 «The Green Mountain»-  
Bratwürste in 3 cm Stücke  
schneiden  
4 Tomaten (Rote Datterini)  
1 Zucchini in 1 cm Rädchen  
4 Padron Grillpaprika  
Olivenöl  
Salz, schwarzer Pfeffer  
4 Spiesse

### Für die Salsa:

160 g Tomatenwürfel fein  
40–50 g Olivenöl  
15 g Frühlingszwiebeln in feinen Ringen  
10 g rote Zwiebel in feinen Würfeln  
1 g Knoblauch frisch, fein gehackt  
5 g Koriander frisch, grob gehackt  
10 g Abrieb von der Limettenschale  
10 g Limettensaft  
2 g Salz  
1 g Rauchpaprika  
5 g Zucker  
1 g Kreuzkümmel  
Chilipulver oder Chipotle  
nach Geschmack

### So wirds gemacht:

Die Bratwurst in 3 cm Stücke und die Zucchini in 1 cm breite Rädchen schneiden. Die Zutaten in beliebiger Reihenfolge auf die Spiesse stecken, mit Olivenöl bepinseln und mit Salz und Pfeffer würzen. Für die Salsa Tomaten fein würfeln, Zwiebeln in feine Ringe bzw. Würfel schneiden und Knoblauch fein und Koriander grob hacken. Alle Zutaten gut miteinander mischen, auf Wunsch mit Chilipulver oder Chipotle schärfen und eine Stunde ziehen lassen.

Die Spiesse bis zum gewünschten Röstgrad grillieren und mit der Salsa auf einem Teller anrichten.





## «Zwei sind nicht zu bremsen»-Spiessli

Rezept von Alessio Arieta, auszubildender Koch bei Bell in Zell, mit Unterstützung von René Hunkeler (rechts), Leiter Personalrestaurant



### Zutaten für 4 Personen:

720g Pouletbrust  
4 Spiesse

### Für die Pistazien-Pfefferminz-Marinade

70g Olivenöl  
¼ Bund Pfefferminze  
120g Pistazien  
½ Zwiebel, rot  
1 Knoblauchzehe  
17g Zitronen- oder Limettensaft  
Salz, Pfeffer

### So wirds gemacht:

Poulet in Würfel mit ca. 2 cm Kantenlänge schneiden. Für die Marinade die Pistazien grob hacken und in einer Pfanne leicht braun anrösten. Die Pfefferminze und die Zwiebel grob hacken sowie den Knoblauch pressen. Alle Zutaten in einen hohen Messbecher geben und nach Belieben mit Salz und Pfeffer würzen. Alles zusammen nicht zu stark pürieren, sodass noch kleine Stückchen bleiben. Die Pouletstücke mit der Marinade möglichst gleichmässig vermischen und anschliessend jeweils 6 bis 8 Würfel auf Spiessli stecken.

Die Pouletspiessli auf dem Grill von allen Seiten kräftig anbraten und danach bei mittlerer Hitze fertig garen.

## Sommer am Stiel

Rezept vom Team Produktentwicklung bei Eisberg Österreich, hier vertreten von Roman Gsell-Elmecker



### Zutaten für 4 Personen:

¼ Wassermelone  
1–2 Zucchini  
250 g Chili-Grillkäse  
4 Spiesse

### Für die Marinade

4 EL Olivenöl  
2 EL Aceto Balsamico  
frischer Rosmarin und Thymian  
Fleur de Sel  
schwarzer Pfeffer aus der Mühle

### Für den Rucolasalat

320 g Rucola  
6 EL Olivenöl  
3 EL Aceto Balsamico  
20 g Pinienkerne  
1 Prise Zucker  
1 Prise Salz  
schwarzer Pfeffer aus der Mühle  
Crema di Balsamico zum Dekorieren

### So wirds gemacht:

Wassermelonen rüsten und in Würfel schneiden. Wenn möglich stark vakuumieren oder etwas andrücken, um den Saft auszupressen. Zucchini möglichst mit einer Aufschnittmaschine in lange, dünne Scheiben von ca. 2 bis 3 mm Dicke schneiden. Den Grillkäse mit den Zucchinischeiben einwickeln und abwechselnd mit den Melonenstücken auf die Spiesse stecken. Die Kräuter klein schneiden, zusammen mit dem Olivenöl und dem Balsamico zu einer Marinade verrühren und die Spiesse damit bepinseln. Für den Salat die Pinienkerne leicht anrösten und mit dem Rucola sowie den anderen Zutaten vermischen.

Die Spiesse auf dem Grill bei mässiger Hitze ca. 3 bis 6 Minuten pro Seite gleichmässig bräunen. Nach Belieben mit Fleur de Sel und Pfeffer würzen, mit dem Salat auf Tellern anrichten und mit Crema di Balsamico dekorieren.





# Was sich noch dazu gesellt ...

## Bell Schweiz Mediterrane Sommerstars

Für das ultimative Urlaubsfeeling am Grillabend haben sich die Bell Produktentwickler in diesem Jahr von der Mittelmeerküche inspirieren lassen. Zu den Ergebnissen gehören die gefüllte Pouletbrust «Olives & Cheese» mit würzigen Oliven und aromatischem Käse oder die Pouletbrust-Spiessli «Lemon & Rosemary» mit einer Marinade aus Zitrone und Rosmarin. Wurstfans dürfen zudem die klassische italienische «Salsiccia mit Fenchel» und die feurige «Grillwurst mit Peperoncini» nicht verpassen. Und mit dem «Salmon Filet» und dem «Tuna Steak» – beide mit rauchiger Paprikanote – auf dem Teller, kann man die Mittelmeerwellen fast bis in die Schweiz rauschen hören.



## Eisberg Österreich Mix-Salat für Kurzentschlossene

Spontan Lust zum Grillieren, aber bitte ohne Aufwand? Das ermöglicht Eisberg Österreich seinen Kundinnen und Kunden mit dem neuen BBQ-Mix. Lollo Bionda, Radieschen, Karotten, Weisskohl, Cherry-Tomaten und vieles mehr sind schon fix und fertig vorbereitet. Einfach die Schale öffnen, ein Dressing nach Wahl dazugeben und knackig-frisch geniessen.



## Eisberg Schweiz Geballte Bowle-Power

Mit vier neuen «Buddha Bowls» und einer neuen «Elefanten Bowl» sorgt Eisberg in der Schweiz dafür, dass in der Grillsaison ausreichend Vitamine auf den Tisch kommen. Die Sorten «Green», «Vegan Caesar Salad» und «Summer Salad» sind dabei auch für eine vegane Ernährung geeignet, während sich der «Mischsalat & Ei» und die «MSC Tuna Bowle» an Vegetarier beziehungsweise Fischfans richten.

## Bell Schweiz Das Wurstupdate

Mit dem «Chicken Griller» präsentiert Bell seinen Schweizer Kunden die Version 2.0 des erfolgreichen «Super Grillers», den die Lernenden 2021 in einem Workshop entwickelten. Um gute Ideen auch zukünftig unterstützen zu können, fliesst ein Teil des Umsatzes in die Lehrlingsförderung. Ebenfalls in einer neuen Variante kommt in diesem Jahr ein Wurstklassiker aus dem Waadtland in die Kühlregale: Die würzigen «Mini Sauscisson» im trendigen Kleinformat passen unter anderem perfekt zu einem cremigen Kartoffelsalat.



## Bell International Bell Deutschland launcht BBQ-Spezialität aus Polen

Mit einem polnischen Original sorgt Bell Deutschland für internationalen Grillgenuss: Die «Schlesische Wurst» wird von Bell Polska aus bestem Schweinefleisch aus der EU hergestellt und ist eine beliebte Spezialität, die auch in Deutschland im XXL-Aktionsformat bereits bekannt ist. Ab diesem Sommer soll sie mit ihrem herzhaften Aroma nun auch in kleinerer Verpackung dauerhaft die deutschen Grills erobern.



## «The Green Mountain» Achtung Verwechslungsgefahr

Mit zwei neuen pflanzlichen Alternativen versorgt «The Green Mountain» in diesem Sommer seine Fangemeinde. Vorbild für das «Plant-Based Filet» war dabei eine saftige Pouletbrust und für das «Plant-Based Steak» ein herzhaftes Rindersteak. Letzteres lässt sich sogar genau so zubereiten: also auf Wunsch rare, medium oder well-done. Ob die Gäste wohl den Unterschied schmecken? Die Produktentwickler der Hilcona-Marke bezweifeln es.



## Hügli Bresc BBQ-Konzept mit Geschmacksgarantie

Mit den neuen Marinaden, Glazes und Salsas der Hügli-Tochter Bresc kommt in diesem Sommer noch mehr Geschmack, Zartheit und Glanz auf den Grillteller. Reichlich Inspirationen dazu bietet den Foodservice-Kunden das neue Konzept der Gewürzexperten «Wir sind mittendrin, sodass dein BBQ zum Erlebnis wird». Darin finden Gastronomen von der Vorbereitung mit Marinaden auf Wasserbasis bis zum Abrunden mit köstlichen Salsas viele Anregungen.

## Bell Schweiz Ausgefallene Stücke

Auch bei den Special Cuts hat Bell Schweiz in dieser Grillsaison wieder zwei Highlights im Programm: Beim «Secreto Pork» handelt es sich um ein grobfaseriges Muskelstück in Fächerform, das unglaublich saftig und aromatisch ist. Ebenfalls «saulecker» sind die «Spider Spiesse» aus bestem Schweinefleisch aus dem Schlossbeindeckel. Sie verdanken ihren Namen der spinnennetzartigen Marmorierung dieses Fleischabschnitts und überzeugen ebenfalls mit grosser Saftigkeit und herzhaftem Geschmack.





## Surf 'n' Turf-Spiess mit Tomatenchutney

Rezept von Philipp Glauser,  
Head of Culinary Advisors  
bei Hügli



### Zutaten für 4 Personen:

8 Garnelen (Grösse 8/12)  
350–400 g Rinderfilet  
1 Knoblauchzehe  
Abrieb von 1 Zitrone  
100 ml Olivenöl  
1 Rosmarinweig  
Öl zum Braten  
Salz, Pfeffer  
4 Spiesse

### Für das Tomatenchutney

30 ml Olivenöl  
50 g Schalotten  
30 g Zucker  
50 g weisser Balsamicoessig  
250 g Kirschtomaten  
50 g getrocknete Tomaten  
3 EL Ketchup  
Salz, Pfeffer  
rosa Pfefferkörner und  
Rosmarin für die Garnitur

### So wirds gemacht:

Die Garnelen von der Schale befreien, den Darm entfernen und mit Salz, Pfeffer, gepresster Knoblauchzehe sowie Olivenöl marinieren. Das Rinderfleisch in Würfel à ca. 30 g schneiden, ebenfalls mit Salz und Pfeffer würzen. Mit etwas Olivenöl marinieren. Den Rosmarinweig dazugeben. Die Garnelen und das Rinderfilet abwechselnd auf die Spiesse stecken.

Für das Chutney die Schalotten fein würfeln und in einer Pfanne mit etwas Olivenöl anschwitzen, den Zucker dazugeben und karamellisieren. Mit dem weissen Balsamicoessig ablöschen. Die Kirschtomaten halbieren, ebenfalls in die Pfanne geben und mit Salz und Pfeffer abschmecken. Die getrockneten Tomaten fein würfeln, mit dem Ketchup dazugeben und das Ganze bei kleiner Hitze ca. 30 Minuten einkochen lassen. Dabei gelegentlich umrühren.

Zum Schluss gegebenenfalls nochmals mit Zucker und Essig abschmecken und anschliessend kaltstellen. Den Surf'n-Turf-Spiess kurz scharf auf dem Grill anbraten. Danach neben der Glut garziehen lassen. Das Rinderfilet sollte eine Kerntemperatur von 52°C erreichen. Wer mag, kann zum Aromatisieren während des Garziehens noch frische Kräuter auf den Spiess legen.

Im Anschluss den Spiess mit dem Tomatenchutney dekorativ anrichten und mit rosa Pfeffer und Rosmarinweigen garnieren.





## Sweet-Surprise-Spiess

Rezept von den Bell-Lernenden im Fleischfach aus Oensingen



Von links nach rechts:  
Firouz Yousefi  
Maria Godino  
Aron Debesay

Teumzgi Hadish  
Arthur Friedrich  
Abdulsalam Mohamed,  
Praxisbildner  
Alen Mumdzic (fehlt  
auf dem Bild)

### Zutaten für 4 Personen:

400 g Schweinseckstück  
8 Scheiben Bratspeck  
8 Dörrzwetschgen  
8 Dörraprikosen  
4 Spiesse

### Für die Marinade

50 ml Apfelwein  
50 ml Rapsöl  
40 g BBQ-Gewürz  
20 g Sambal Oelek

### So wirds gemacht:

Das Schweinseckstück auf der Aufschnittmaschine oder mit einem scharfen Messer in ca. 2 bis 3 Millimeter dünne Scheiben schneiden und die Scheiben längs falten. Die Dörrfrüchte jeweils mit einer halben Scheibe Bratspeck umwickeln. Das Schweinefleisch in Wellenform abwechselnd mit dem eingewickelten Dörrrost auf die Spiesse stecken. Pro Spiess sollten es 2 Aprikosen und 2 Zwetschgen sein.

Für die Marinade alle Zutaten gründlich verrühren. Den Spiess marinieren und bei Zimmertemperatur einige Zeit ziehen lassen. Auf dem Grill pro Seite ca. 4 Minuten grillieren. Dabei darauf achten, die Temperatur so zu regulieren bzw. den Spiess so zu platzieren, dass die Dörrfrucht und das magere Schweinefleisch nicht verbrennen. Vor dem Anrichten den Spiess neben der Hitzequelle noch etwa 1 bis 2 Minuten nachziehen lassen.

## Tofu-Spiessli nach Thai-Asia-Art

Rezept von Michael Lock vom Competence Center Kulinarik Hilcona aus Schaan



### Zutaten für 4 Personen:

1 Tofu (natur)  
4 Frühlingszwiebeln  
8 Zuckerschoten  
2 rote Zwiebeln  
Olivenöl  
Salz, Pfeffer  
nach Geschmack kleine Pilze  
und frische Kräuter zum Garnieren  
4 Spiesse

### Für den Dip

10 g schwarzer Sesam  
10 g weisser Sesam  
20 g rote Paprika  
30 g Tomaten  
6 g frischer Koriander  
2 g Knoblauchpulver  
50 g Olivenöl  
3 g Abrieb von der Zitronenschale  
3 g Salz  
1 g schwarzer Pfeffer  
30 g Sojasauce  
2 g Chiliöl  
5 g Abrieb von der Limettenschale  
5 g Palmzucker  
3 g Curry, mild

### So wirds gemacht:

Den Tofu in ca. 3 x 3 cm grosse Würfel schneiden, die Frühlingszwiebeln und die Zuckerschoten in ca. 3 cm lange Stücke schneiden, die roten Zwiebeln achteln. Die Zutaten in beliebiger Reihenfolge auf die Spiesse stecken. Mit Olivenöl bepinseln und mit Salz und Pfeffer würzen. Für den Dip den Sesam kurz anrösten, die Paprika und die Tomaten fein würfeln und den Koriander grob hacken. Alle Zutaten in einer Schüssel gut verrühren.

Die Spiesse bei mässiger Hitze grillieren und auf Wunsch noch mit frisch grillierten Pilzen und Kräutern garnieren. Es genügt aber auch, einfach ein wenig Dip auf den Spiess zu geben.





Fleischkonsum und Nachhaltigkeit

# EINE FRAGE DER VERANTWORTUNG

Im Zuge der Klimadebatte hat sich die gesellschaftliche Diskussion stark verändert. Alte Gewohnheiten stehen auf dem Prüfstand und werden in Bezug auf ihre Auswirkungen auf Mensch und Umwelt hinterfragt. Dabei steht unter anderem auch der Fleischkonsum im Fokus.

## Nachhaltiger Fleischkonsum, geht das überhaupt?

Obwohl sich der mediale Diskurs in den westlichen Industrienationen verändert und Nachhaltigkeitsthemen immer stärker in den Fokus rücken, wird der Fleischkonsum im globalen Kontext mittelfristig nicht zurückgehen, im Gegenteil. Die meisten Prognosen gehen in den kommenden Jahren von einem weiteren Anstieg aus. Die Frage wird somit nicht sein, ob in Zukunft noch Fleisch gegessen wird, sondern wie. Das gilt insbesondere bei uns in Europa, wo in der gesellschaftlichen Diskussion in Bezug auf die Nutztierhaltung vermehrt auf Nachhaltigkeitsthemen wie Tierwohl, Klima, Biodiversität und Ökologie oder soziale Aspekte Wert gelegt wird. Nachhaltiger Fleischkonsum ist also das Stichwort, aber geht das überhaupt? Die Antwort darauf ist ebenso komplex wie vielschichtig, und vor allem: Sie ist nicht schwarz oder weiss. Das gilt insbesondere dann, wenn man Nachhaltigkeit in ihren drei Dimensionen Ökologie, Ökonomie und Soziales betrachtet.

## Konsum im Zeichen des Wohlstands

Die im Fleisch enthaltenen Inhaltsstoffe wie Proteine, Fette, Aminosäuren und Vitamine spielen aus ernährungsphysiologischer Sicht eine wichtige Rolle, weil sie vom Körper sehr gut aufgenommen werden können. In den westlichen Industrienationen essen wir zum Teil mehr Fleisch, als es für eine ausgewogene Ernährung empfohlen wird. Im internationalen Vergleich liegt die Schweiz mit einem Pro-Kopf-Fleischkonsum von knapp 52 Kilogramm unter dem europäischen Durchschnitt von rund 60 Kilogramm. Mehr Fleisch wird in Nord- und Südamerika und mit über 70 Kilogramm pro Kopf in Ozeanien verzehrt. In Asien und Afrika wird mit knapp 25 und rund 12 Kilogramm pro Kopf hingegen deutlich weniger Fleisch gegessen. In globaler Perspektive zeigt die Fleischkonsumstatistik ein deutliches Nord-Süd-Gefälle. Das ist einerseits kulturell bedingt, aber vor allem auch an den Wohlstand gekoppelt. In Gesellschaften mit höherem Wohlstandsniveau wird mehr Fleisch gegessen. Mehr als zwei Drittel der Weltbevölkerung leben in Asien und Afrika. In diesen Regionen leben grosse Bevölkerungsteile nach wie vor unter der Armutsgrenze. Gleichwohl steigt auch in diesen Regionen der Wohlstand, und die dadurch wachsende Mittelschicht führt dazu, dass der Fleischkonsum in den kommenden Jahren zunehmen wird.

## Bedeutung der Landwirtschaft

Die landwirtschaftliche Produktion hat in Europa eine lange Tradition. In vielen Ländern, so auch in der Schweiz, sind 60–70 % der landwirtschaftlichen Fläche Grasland, das nicht für den Ackerbau geeignet ist. Diese Flächen können nur durch Weidewirtschaft für die Nahrungsmittelproduktion nutzbar gemacht werden und würden ansonsten verganden. Somit produzieren Kühe, Schafe oder Ziegen aus Gras wertvolle Nahrungsmittel wie Milch und Fleisch ohne Lebensmittelkonkurrenz zu anderen Kulturen. Auch die Milchwirtschaft ist über den natürlichen Kreislauf mit der Fleischproduktion verbunden. Denn eine Kuh gibt nur Milch, wenn sie jährlich ein Kalb gebärt, und Kälber, die nicht zur Nachzucht eingesetzt werden, kommen in die Kälber- oder Rindermast. Die Fleischwirtschaft ist ein wichtiger Teil der landwirtschaftlichen Wertschöpfungskette und hat damit auch eine wirtschaftliche Bedeutung. Eine grosse Zahl an Landwirten ist direkt oder indirekt mit der Fleischwirtschaft verbunden. Hinzu kommen viele Mitarbeitende in der eigenen Produktion, in der Logistik, bei Lieferanten und Dienstleistern.

## Aspekte der Nachhaltigkeit

Der Konsum von Gütern und Dienstleistungen ist der Motor einer Volkswirtschaft. Deshalb richtete sich der Fokus viele Jahrzehnte lang auf wachsenden Konsum beziehungsweise steigende Produktion – auch bei Fleischprodukten. Das ist heute anders: Aspekte der Nachhaltigkeit werden immer wichtiger für die Konsumentinnen und Konsumenten. Diese Aspekte sind allerdings vielschichtig und teilweise auch widersprüchlich. Tierwohl und Umweltbelastung können durchaus in einen Zielkonflikt münden. Ein Beispiel: Biopoulet-Aufzucht mit wenigen Tieren in kleinen Ställen und in Weidehaltung hat bezüglich Tierwohl deutliche Vorteile. Hühner in konventionellen Haltungssystemen stammen aus anderer Genetik, sie wachsen schneller, brauchen weniger Futtermittel und haben dadurch eine bessere CO<sub>2</sub>-Bilanz. Es kommt also immer darauf an, welchen Nachhaltigkeitsaspekt man betrachtet und worauf mehr Wert gelegt wird.

## Fleischproduktion und Nachhaltigkeit

Eine ganzheitliche Betrachtung der Nachhaltigkeit in ihren drei Dimensionen Ökologie, Ökonomie und Soziales ist vielschichtig und komplex. LOOK! wird dieses Thema in den kommenden Ausgaben deshalb immer wieder aufnehmen und detaillierter auf verschiedene Aspekte der Nachhaltigkeit eingehen. Eine umfassende Übersicht über das Nachhaltigkeitsengagement der Bell Food Group ist zudem im Nachhaltigkeitsbericht 2021 zu finden, der Ende Juni 2022 publiziert wird.

## Verantwortung übernehmen

Die Menschen essen gerne Fleisch. Fleisch leistet einen Beitrag zur Proteinversorgung. Das seit Millionen von Jahren in der Menschheitsgeschichte. Mit einer weltweit wachsenden Bevölkerung wird es aber eine Fleischwirtschaft brauchen, die schonend mit Ressourcen umgeht. Darum ist es wichtig, dass Unternehmen wie die Bell Food Group ihre Verantwortung für eine Nahrungsmittelproduktion übernehmen, deren Auswirkungen auf die Umwelt nicht künftige Generationen belastet. Dazu gehören Transparenz und profitables Wirtschaften genauso wie die Wertschätzung der eigenen Mitarbeitenden, ein respektvoller Umgang mit den Tieren, eine schonende Nutzung natürlicher Ressourcen sowie die Eindämmung von negativen Umwelteinwirkungen. Dieser Verantwortung ist sich die Bell Food Group bewusst und hat sich aus diesem Grund in ihrer neuen Nachhaltigkeitsstrategie ambitionierte Ziele gesetzt. Ein weiterer wichtiger Schritt, um unsere Mission, «Wir leben Verantwortung», zu erfüllen. • fv

**Unsere Mission:**  
**«Wir leben Verantwortung.»**



Award-Erfolg für Bell Deutschland und Bell Frankreich

# Ausgezeichnet für Innovation und Gout

*Einmal mehr räumt Abraham ab: Bei den Global Packaging Awards hat sich Bell Deutschland auf internationalem Parkett gemessen. Ihre Verpackungsinnovation gewinnt den renommierten WorldStar Award. Und auch bei Bell in Frankreich hat man allen Grund zum Feiern.*

Die flache, wiederverschliessbare Abraham-Faltverpackung wird aus einem recycelbaren Monomaterial hergestellt. Im Gegensatz zu Verpackungen aus Multimaterialkunststoff ist sie zu 93 Prozent wiederverwertbar. «Die leichtgewichtige Lösung vermindert zudem unseren Kunststoffabfall um 35 Tonnen jährlich», sagt Stephan Holst, Bereichsleitung Marketing/Kommunikation bei Bell Deutschland. Dank des Recyclings bleibt das Material im Verpackungskreislauf, was den Verbrauch natürlicher Ressourcen schont und der Umwelt zugutekommt. Zugleich schützt das Material die Lebensmittel zuverlässig vor dem Verderb, was die hohen Ansprüche an die Qualität des Schinkens sicherstellt und Food Waste vermeidet. Eine rundum ausgezeichnete Sache also. Zu diesem Urteil kam auch die Jury der World Packaging Organisation, die jedes Jahr die innovativsten und nachhaltigsten Verpackungen der Welt kürt.

**Mit der Verpackung werden jährlich 35 Tonnen Kunststoffabfall eingespart.**

Die nachhaltige Verpackungslösung von Bell Deutschland holt 2022 den begehrten WorldStar Award. Bei der Preisverleihung Anfang Mai in Mailand wurden die Verantwortlichen für ihre Arbeit geehrt. Bereits im vergangenen Jahr wussten die innovativen Verpackungslösungen der Abraham-Schinkenspezialitäten Fachexperten zu überzeugen. In Österreich erhielt Bell Deutschland den renommierten Green Packaging Star Award. Das diente zugleich der Nominierung für den WorldStar Award.



## Zwei Medaillen für feine Saucissons

Auch bei Bell Frankreich gibt es Grund zur Freude. An der 58. Ausgabe des Salon International de l'Agriculture konnten diesen Frühling im Herzen von Paris gleich zwei Produkte die unabhängige Jury beeindrucken. Die «Saucisson Sec de Savoie Nature» und die «Saucisson Sec D'Auvergne IGP LR» erhielten beide Silbermedaillen für die aussergewöhnlich hohe Qualität der Produkte. «Zu sehen, dass unsere Saucissons so anerkannt werden und unsere Arbeit belohnt wird, macht uns stolz. Es beweist, dass sich der Aufwand gelohnt hat und dass wir ein Produkt herstellen, das ausgezeichnet schmeckt!», freut sich Sylvain Stephane, Produktmanager bei Bell Frankreich, über die zweifache Auszeichnung. • ap