

LOOK!

Mitarbeitermagazin der Bell Food Group

03 2022



**Die ganze Welt in
einer Gruppe**

**BELL
FOOD
GROUP**





Inhalt

Aus dem Unternehmen

- 4 Tippen, mitfiebert und Punkte einheimsen**
Das Tippspiel zur Fussball-WM 2022
- 6 Mittendrin, wo die Emotionen hochkochen**
Die Bell Food Group im Fussballfieber
- 9 Beteiligen Sie sich an der Bell Food Group**
Mitarbeiterbeteiligungsprogramm

Arbeiten bei der Bell Food Group

- 10 Gut begleitet ins Berufsleben**
Ausbildung unter sich ändernden Vorzeichen

Titelstory

- 14 Die ganze Welt in einer Gruppe**
Die Bell Food Group wächst international immer näher zusammen

Persönliches

- 22 Wir gratulieren und nehmen Abschied**
Dienstjubiläen und Pensionierungen von September bis Oktober 2022

Wettbewerb

- 25 Wettbewerbsfrage**
Play and win

Nachhaltigkeit und Innovation

- 26 Wissenschaftlich fundiert ans Ziel**
Auf dem Weg zur klimaneutralen Organisation

Unsere Genusswelt

- 29 Schnelles Kochen, das sich einfach gut anfühlt**
NATUCO: die neue Biomarke von Hügli
- 32 Der Sommer geht, doch der Genuss bleibt**
Neues für Pfanne, Topf und Mixer

So geht Qualität

- 36 Auf die Plätze –fertig – angerichtet**
Ultrafrisches von Sylvain & CO macht das Rennen

LOOK! können Sie auch online abonnieren, lesen oder herunterladen unter look.bellfoodgroup.com

Impressum Zeitschrift für die Mitarbeitenden der Bell Food Group, 4 Ausgaben pro Jahr, Nr. 3/2022, Oktober 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, www.bellfoodgroup.com. Redaktionsteam: Sara Heiniger (sh), Leitung, Fabian Vetsch (fv).
Redaktionelle Unterstützung: Michaela Rosenbaum (mr), Adrian Portmann (ap). Fotos Philipp Jeker, Zürich, Schweiz: Coverbild, S. 14, S. 18.
Gestaltung: oblografik, Olten, Schweiz. Bildbearbeitung: Proacteam AG, Allschwil, Schweiz. Druck: Werner Druck & Medien AG, Basel, Schweiz. Gedruckt auf FSC-Papier.

Wissen kennt keine Grenzen

Liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Als kleine «Ochsenmetzg» 1869 in Basel gestartet, hat sich unser Unternehmen ständig weiterentwickelt. Neue Standorte, zusätzliche Produktgruppen und Sortimente kamen hinzu. Mit dem Wachstum der Gruppe haben wir Mitarbeitende aus vielen Ländern hinzugewonnen. Mittlerweile ist die Bell Food Group in 15 Ländern vertreten, beschäftigt Menschen aus rund 100 Nationen und verkauft ihre Lebensmittel auf der ganzen Welt.

Geschätzte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, ich bin der Meinung, dass Neugier verbunden mit Wissen am Anfang jeder Weiterentwicklung steht. Und unsere Gruppe verfügt dank ihrer internationalen Aufstellung über ein breites Wissen zu unzähligen Themen. Schon jetzt gibt es zahlreiche Projekte, bei denen Mitarbeitende über die Landesgrenzen hinweg zusammenarbeiten und ihre Erfahrungen teilen. Je mehr wir diesen Austausch und Wissenstransfer fördern und die Chancen daraus nutzen, desto erfolgreicher können wir uns am Markt positionieren.

«Bei uns arbeiten Menschen aus rund 100 Nationen zusammen.»

In der Pandemie hat uns die Digitalisierung unterstützt, uns noch besser kennenzulernen und voneinander zu profitieren. Wir sind trotz aller persönlichen Distanz, die der Infektionsschutz erforderte, noch näher zusammengerückt. Auf diese Weise haben sich standortübergreifend neue vielversprechende Konstellationen gebildet. Gleichzeitig gilt auch für die Teams vor Ort, dass sie bei der Zusammensetzung nicht nur von den Fähigkeiten der oder des Einzelnen, sondern auch von Diversität profitieren. Eine

vielfältig zusammengesetzte Gruppe kann ein Problem besser lösen, weil sie es aus verschiedenen Blickwinkeln betrachten kann. Ein höherer Aufwand bei der Lösungssuche wird dadurch mit der langfristig besseren Entscheidung belohnt.

In meiner Rolle bin ich viel an unseren internationalen Standorten unterwegs und habe die Gelegenheit, zahlreiche Menschen kennenzulernen. Dabei sehe ich überall grosses Potenzial, das wir noch besser nutzen sollten. Wir planen daher ein Stage-Programm, bei dem Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Möglichkeit erhalten, eine gewisse Zeit im Ausland oder/und in einem anderen Fachbereich tätig zu sein. So verbindet sich persönliche Weiterentwicklung mit der grenzüberschreitenden Weitergabe wertvoller Erfahrungen innerhalb unserer Gruppe.

Weitere Beispiele gelungener internationaler Zusammenarbeit finden Sie in der Titelstory dieser Ausgabe. Ich wünsche Ihnen viel Spass beim Lesen.

Lorenz Wyss
Vorsitzender der Gruppenleitung



Das Tippspiel zur Fussball-WM 2022

Tippen, mitfiebern und Punkte einheimen

Während in Katar die besten Kicker der Welt ihr Können zeigen, steigt auch bei der Bell Food Group die Spannung: Machen Sie mit am WM-Tippspiel 2022, und werden Sie zum Tippmeister. • sh

Die diesjährige Fussball-Weltmeisterschaft in Katar wird eine ganz besondere: Zum ersten Mal in der Fussballgeschichte ist ein arabisches Land Gastgeber. Aufgrund der dort herrschenden hohen Temperaturen im Sommer wird es in diesem Jahr darum eine Winter-Weltmeisterschaft. Vom 20. November bis 18. Dezember 2022 kämpfen die besten Teams der Welt in der Weihnachtszeit um den begehrten WM-Titel.

Auch in der Bell Food Group wird ordentlich mitgefiebert: Das Tippspiel zur WM holt die Fussballatmosphäre hautnah in die Büros und Produktionsräume. Wer richtig tippt, sammelt wertvolle Punkte für die Rangliste – ob als Einzelkämpfer/in oder im Team mit anderen Fussballbegeisterten. Je treffender die Tipps, desto höher steigen die Chancen auf den Hauptpreis: eine Traumreise im Wert von CHF 2500.–.



So funktioniert das Tippspiel

Alle Mitarbeitenden der Bell Food Group können sich ab dem 31. Oktober 2022 unter <https://playandwin.bellfoodgroup.com> registrieren – als Einzelspieler/in sowie einmalig als Teil einer Gruppe à maximal fünf Personen. Die Teilnahme ist kostenlos.

So funktioniert die Registrierung

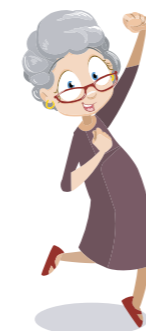


<https://playandwin.bellfoodgroup.com>

1. Registrieren Sie sich ab dem 31. Oktober 2022 unter <https://playandwin.bellfoodgroup.com> mit einer gültigen E-Mail-Adresse (privat oder geschäftlich).
2. Sie erhalten anschliessend eine E-Mail mit einem Bestätigungslink.
3. Klicken Sie auf diesen Link, um die Registrierung abzuschliessen.
4. Loggen Sie sich ein, und geben Sie Ihre Tipps ab (Tipps können bis eine Stunde vor Anpfiff des Spiels abgegeben werden).

Neu mit dabei: die drei Fussballorakel

Keine Ahnung von Fussball oder keine Zeit zum Tippen? Kein Problem! Mit der neuen Orakelfunktion können Sie das Wissen der drei Fussballexperten nutzen. Jeder der drei fiktiven Charaktere hat eine eigene Taktik, um Resultate zu berechnen und gibt automatisch für jedes Spiel einen personalisiert generierten Tipp ab.



Elsi, Orakeloma



Pepe, Fussballtrainer



Alberto, Mathematiker

Hauptpreis Einzelspieler

Je treffender Ihre Tipps, desto höher ist die Chance auf einen der attraktiven Preise. Gewinnen Sie als Einzelspieler/in Ihre Traumreise im Wert von CHF 2500.–. Die Preise werden am Schluss in Form von Gutscheinen ausgestellt.

Gruppenpreise

Die zehn besten Gruppen dürfen sich auf einen finanziellen Beitrag für einen gemeinsamen Gruppenanlass in Höhe von maximal CHF 2500.– in bar freuen.

Die Bell Food Group im Fussballfieber

Mittendrin, wo die Emotionen hochkochen

Im Spätherbst wird es richtig heiss in Europas Wohnzimmern. Vom 20. November bis 18. Dezember kämpfen die besten Teams der Welt um den WM-Titel. Fussball aber hat bei der Bell Food Group das ganze Jahr über Saison. • ap

Eisberg Ungarn serviert Fussballhelden den Salat

Was haben Fussball und Salat gemeinsam? Beides ist Sinnbild für einen gesunden und bewussten Lebensstil. Das dachte man sich auch bei Eisberg Ungarn und entwarf den Fradi Sali, einen Salatmix für die Anhänger und Spieler des Budapest Ferencváros TC, von seinen Fans liebevoll Fradi genannt. «Eine ausgewogene Ernährungsweise und regelmässige sportliche Betätigung sind zwei Dinge, die wir mit unserer Partnerschaft promoten», sagt Laura Spielmann, Head of Marketing bei

Eisberg Ungarn. Den leckeren Salatmix mit Endivie, Eisbergsalat und Chinakohl gibt es nicht nur im Groupama-Stadion zu geniessen, sondern auch neben dem Spielfeld exklusiv bei Penny-Markt. Die Botschaft hinter der Partnerschaft: Fradi Sali ist der gesunde Salatmix für Fussballhelden auf und neben dem Spielfeld.

Was haben Fussball und Salat gemeinsam?

Bell Spanien kickt den Ball dem Nachwuchs zu

Aller guten Dinge sind bekanntlich drei, und so gibt es bei Bell Spanien in Sachen Fussball auch gleich drei Sponsorings. Zum einen werden zwei lokale Fussballteams in den Kleinstädten Azuaga und Fuensalida, beides Produktionsstandorte, aktiv unterstützt. Im Gegenzug fährt das Logo von Sánchez Alcaraz prominent

vertreten auf den Teambussen durchs Land. Ein weiteres Projekt ist der Support des Nachwuchses. «Sport ist für die Kinder eine wichtige Sache, bei der sie viel fürs Leben mitnehmen. Und natürlich soll es auch Spass machen», sagt Marta Espinosa García, Marketingassistentin bei Bell Spanien, zum Sponsoring. Auf dieser Motivation baut die Zusammenarbeit mit den Junioren des FPA Las Rozas in Madrid, die auf ihren Trikots stolz das Logo von Sánchez Alcaraz in die Stadien tragen.

Country Manager von Bell Spanien Nikolaj Steber mit einem Teammitglied des FPA Las Rozas.



«Wenn ich ins Stadion komme, bin ich voller Vorfreude»

Familie, Freunde, Fussball. Damit lässt sich das Leben von Hamdin Aliu kurz umreissen. Der gelernte Fleischfachmann arbeitet in der Produktion der Bell Charcuterie in Basel. In der Freizeit des 27-jährigen dreht sich fast alles um den FC Basel. Wir wollten wissen, warum sein Herz für den Fussball schlägt und welcher Mannschaft er den WM-Titel zutraut.

Du bist grosser Anhänger des FC Basel. Wie steht es um dein eigenes Ballgefühl? Ich erinnere mich daran, wie ich als kleiner Junge oft mit meinem Vater im Park Fussball gespielt habe. Dort hat meine Begeisterung für den Sport wohl ihren Anfang genommen. Später habe ich begonnen, richtig zu trainieren. Beim FC Pratteln war ich lange als Stürmer auf dem Feld und auch als Juniorentrainer aktiv. Bis ich mir vor zwei

Jahren eine Verletzung am Knie zuzog. Die Gesundheit geht vor, und ich habe mit dem Fussballspielen aufgehört. Heute unterstütze ich den FC Pratteln vom Spielrand aus. Um fit zu bleiben, gehe ich regelmässig ins Fitnessstudio.

Warum fasziniert dich gerade der Fussball? Fussball ist mehr als nur ein Sport. Das Team ist wie eine Familie. Alle haben dasselbe Ziel, den Aufstieg. Man erlebt Erfolge und Niederlagen. Die positiven, aber auch die negativen Emotionen schweissen einen zusammen, und aus Teamkollegen werden Freunde. Man kann sagen, Fussball verbindet Menschen über Landesgrenzen und Generationen. Das habe ich schon gefühlt, als mich mein Grossvater zum ersten Mal an einen FCB-Match ins Stadion mitnahm.



Bell Schweiz bringt Würze in den Fussballgenuss

Basel und Bell gehören zusammen wie die Farben Rot-Blau auf den Trikots des FC Basel. Seit Frühling dieses Jahres darf sich Bell stolzer Partner des FCB nennen und das gesamte Stadion-Catering mit seinen Produkten versorgen.

«Eine Besonderheit, die es im Stadion und an ausgewählten Events zu geniessen gibt, ist die Joggeliwurst. Ihren Namen verdankt sie dem Stadion St. Jakob-Park, das man in Basel liebevoll «Joggeli» nennt. Die Mischung aus Rind- und Schweinefleisch, Leidenschaft, Tradition und eine Prise FCB machen diese Kultwurst einmalig», sagt Micha Roth, Projektleiter Marketing bei Bell. Über die Partnerschaft freut sich Bell-CEO Lorenz Wyss: «Viele unserer Mitarbeitenden haben eine tiefe Leidenschaft für den Verein und die Stadt. Deshalb passen der FCB und Bell sehr gut zueinander.»



Hilcona setzt auf Tradition und Profifussball

Schaan ist Geburtsstätte und Hauptsitz von Hilcona. Eine gesunde Region liegt dem Unternehmen am Herzen. Daher ist es fast schon naheliegend, dass der FC Schaan aktiv unterstützt wird. «Gerade die Pandemie hat gezeigt, dass ökologische und soziale Themen mehr an Bedeutung gewinnen und die gesellschaftliche Verantwortung grösser geworden ist», sagt Markus Amann, Leiter Kommunikation von Hilcona. Weiter unterstützen die Liechtensteiner im Rahmen ihrer finanziellen Möglichkeiten die beiden österreichischen Fussball-Bundesligisten Rheindorf Altach und SC Austria Lustenau. «Die strategische Zusammenarbeit mit dem Profisport nutzen wir effektiv für die Realisierung innovativer Projekte. Besonders toll: Auch Mitarbeitende profitieren, weil wir ihnen Tickets für die Heimspiele anbieten können», zeigt sich Markus Amann erfreut.



Eine gesunde Region liegt Hilcona am Herzen.

Was macht den FCB zu deiner Lieblingsmannschaft?

Fragt man auf der Strasse in Basel, wer die Nummer eins in Sachen Sport ist, bekommst du zwei Antworten: der FCB und Roger Federer. Der FC Basel ist in ganz Europa ein Begriff. Spätestens seit 2002, nach dem 2:0 gegen Celtic Glasgow, als er sich das erste Mal für die Champions League qualifiziert hatte. Ich bin fast bei jedem Spiel dabei, ob im St. Jakob-Park oder auswärts. Diesen Sommer war ich mit Freunden bei einem Spiel in Dänemark. Egal, gegen wen der FCB antritt, es bewegt etwas in mir. Wenn ich in ein Stadion komme, bin ich aufgeregt und voller Vorfreude auf das, was mich erwartet.

Die WM dürfte deinen Puls weiter in die Höhe treiben. Deine Prognose?

Der Ball ist rund. Alles ist möglich. Mein Herz schlägt für die Schweizer Nationalmannschaft. Ich sehe viel Potenzial. Betrachtet man die Gruppenzusammensetzung, kann da schon was gehen. Ansonsten verfolge ich besonders Brasilien. Sie haben in den Qualifikationsspielen fast kein Spiel verloren. Das Schöne am Fussball ist ja, dass niemand vorhersehen kann, wer am Ende als Sieger vom Rasen geht. Lassen wir uns überraschen, wer den Pokal holt.

Raus aus den Arbeitskleidern, rein ins Trikot

Technik, Teamgeist und Fairness sind bei der Arbeit genauso gefragt wie beim Kicken auf dem Grün. Wir präsentieren drei Betriebsmannschaften, die regelmässig auf dem Spielfeld zeigen, was in ihnen steckt.

Hilcona: die Spontanen

Warum kompliziert, wenn es auch einfach geht: Das Mixed-Team von Hilcona ist das beste Beispiel dafür. Die Kolleginnen und Kollegen rund um Kapitänin Zehra Kilic haben sich 2022 ziemlich spontan fürs Liechtensteiner Firmenfussballturnier formiert. Mit vier von fünf gewonnenen Spielen konnte das kleine Team eine grossartige Turnierpremiere feiern und ist motiviert, auch den nächsten Pokal nach Hause zu bringen.

SC Manor/Bell: die Geschichtsträchtigen

Ein Vorläufer des SC Manor/Bell wurde vor 90 Jahren unter dem Namen SC Rheinbrücke gegründet. Der heutige Verein ist ein Zusammenschluss

zweier Mannschaften der Warenhausgruppe Manor und von Bell, die beide an schrumpfenden Mitgliederzahlen litten. Das Team von Trainer Livio Campana und Sektionsleiter Ernesto Campisi kann 20 Meistertitel und 10 Cupsiege sein Eigen nennen. Fussballverrückte Teamplayer zwischen 40 und 50 Jahren sind jederzeit willkommen.

Team Bell Deutschland: die Siegreichen

Seit 2017 aktiv, konnte die Betriebsmannschaft Bell Deutschland in der Vergangenheit schon so einige Spiele für sich entscheiden. Das Team rund um Trainer Dieter Keil zählt inklusive Betreuern 19 Mann. Die meisten Mitglieder sind auch in ihrer Freizeit begeisterte Kicker. Steht ein Turnier an, trainiert die Mannschaft ein bis zwei Wochen im Voraus gemeinsam. An Selbstbewusstsein mangelt es nicht, heisst doch das eingängige Motto der Mannschaft: Rot und Weiss holt den Preis.



Die Betriebsmannschaften v.l.n.r.: Hilcona, Bell Schweiz und Bell Deutschland



Aktienbezug und weitere Infos
myshares.bellfoodgroup.com

Mitarbeiterbeteiligungsprogramm

Beteiligen Sie sich an der Bell Food Group

Liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Auch in diesem Jahr können Sie vom 1. bis 30. November Aktien der Bell Food Group AG zu einem vergünstigten Preis erwerben («Mitarbeiteraktien») und sich damit direkt an der Gesellschaft beteiligen. Jeder Mitarbeitende der Bell Food Group kann während der Bezugsfrist 1 bis maximal 100 Mitarbeiteraktien beziehen. Die Mitarbeiteraktien werden mit einer Vergünstigung von 20 Prozent und mit einer Sperrfrist von 4 Jahren abgegeben.

Unter myshares.bellfoodgroup.com finden Sie:

- den Zugang zum Aktienportal der Bell Food Group, über welches Sie Aktien beziehen können (Registrierung ab 17. Oktober 2022 möglich)
- sämtliche Informationen zum diesjährigen Mitarbeiterbeteiligungsprogramm
- ab dem 1. November den Kaufpreis pro Mitarbeiteraktie

Für den Bezug der Mitarbeiteraktien findet das Mitarbeiterbeteiligungsreglement Anwendung.


 Lorenz Wyss
 CEO


 Xavier Buro
 CFO

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an das Aktienbüro der Bell Food Group unter:

 Tel. +41 (0)58 326 2020  share.registry@bellfoodgroup.com



Ausbildung unter sich ändernden Vorzeichen

GUT BEGLEITET INS BERUFSLEBEN

Jetzt ist wieder die Zeit für Glückwünsche und Willkommensgrüsse. 32 Nachwuchskräfte halten seit einigen Wochen ihre Abschlusszeugnisse in den Händen. Sie können sehr stolz auf ihre Leistungen unter den besonderen Bedingungen der Coronazeit sein. Ihre Nachfolger haben ebenfalls schon die ersten Wochen hinter sich. Für ihren weiteren Weg viel Erfolg!

Was es bedeutet, einen Beruf unter den Einschränkungen einer Pandemie zu erlernen, wissen die scheidenden Lernenden der Bell Food Group allzu gut. Umso höher dürfen sie ihre Leistungen einschätzen. Strenge Hygieneauflagen, digitaler Unterricht in der Berufsschule und für manche sogar lange Phasen im Homeoffice – hinter ihnen liegt eine aussergewöhnliche Ausbildungszeit. Gleiches gilt für ihre Ausbilderinnen und Ausbilder.

Die Ausbildungsverantwortlichen haben viele Gespräche geführt.

«Junge Menschen wünschen sich, in eine Gruppe eingebettet zu sein, sich von zu Hause abzunabeln und auch mal über die Stränge zu schlagen», berichtet Andreas Begré, Leiter Berufsbildung bei Bell in der Schweiz. «Dass vieles davon nicht oder nur eingeschränkt möglich war und so wichtige Entwicklungsschritte bei den Jugendlichen fehlten, haben auch wir gemerkt.»

Für die Ausbildungsverantwortlichen hiess das, vermehrt das Gespräch zu suchen und die Lernenden

so intensiv wie möglich zu betreuen. Trotz allen Hürden hat die Bell Food Group nun einen Jahrgang ins Berufsleben entlassen, der betrieblich auf dem gleichen Stand ist wie die Absolventen in der Zeit vor Corona.

Inzwischen ist die nächste Nachwuchsgruppe gestartet. Sie wird in ihrer Ausbildungszeit vermutlich mehr auf ihre Kosten kommen als ihre Vorgänger. Dennoch wollen auch sie bestmöglich auf ihren ersten Schritten im Berufsleben begleitet werden. Was sie sich dafür wünschen, hat kürzlich eine Umfrage unter Lernenden bei Bell in der Schweiz gezeigt.

«Junge Menschen wollen heute gefordert und ausgelastet sein, sie wollen Verantwortung übernehmen und mit Gleichgesinnten auch berufs- und standortübergreifend zusammenkommen», erklärt Andreas Begré. «Unsere Berufsbildnerinnen und Berufsbildner sind gefordert, sich auf diese Bedürfnisse einzustellen.»

So sind auch Ausbilderinnen und Ausbilder gefragt, sich weiterzuentwickeln und neben der Rolle der Fachexperten auch die von Coaches einzunehmen, die die jungen Menschen nach ihren Fähigkeiten fördern und für sie eine Vorbildfunktion einnehmen.

«Die Ausbildungszeit ist eine Zeit, die sich häufig auf das gesamte Berufsleben auswirkt», sagt Andreas Begré. «Wenn wir unsere Lernenden auf diesem Weg gut begleiten, können wir den gesamten späteren Verlauf positiv beeinflussen.» • *mr*

WIR HEISSEN WILLKOMMEN

BELL SCHWEIZ

Levin Ibrahim, Automatiker EFZ, Basel
Sarah Schmidt, duales Studium BWL/ Personalmanagement, Basel
Raphael Brendel, ICT-Fachmann, Basel
Valerio Apostolo, Informatiker Applikationsentwicklung EFZ, Basel
Anna-Lehna Grittke, duales Studium Wirtschaftsinformatik/Application Management, Basel
Moritz Höft, duales Studium Wirtschaftsinformatik/Application Management, Basel
Almina Bosnic, Kauffrau EFZ, Basel
Egzona Dermaku, Kauffrau EFZ, Basel
Monica Fankhauser, Büroassistentin EBA, Basel
Nuno Miguel Balmer, Lebensmitteltechnologe EFZ, Basel
David Cubas, Fleischfachmann FEZ, Basel
Michael Gerber, Fleischfachmann FEZ, Basel
Maksym Vanzhula, Logistiker EFZ, Oensingen
Michèle Schärer, Logistikerin EFZ, Oensingen
Aldin Ljaljic, Lebensmitteltechnologe EFZ, Oensingen
Anna Piaseczna, Lebensmittelpraktikerin EBA, Oensingen
Ermias Tesfagabr, Produktionsmechaniker EFZ, Oensingen
Mike Allemann, Produktionsmechaniker EFZ, Oensingen
Sheena Oriare, Fleischfachfrau EFZ, Oensingen
Fawad Haidari, Fleischfachassistent EBA, Oensingen
Christian Savoldi, Fleischfachassistent EBA, Oensingen
Abdullah Jalali, Fachmann Betriebsunterhalt EFZ, Zell
Patrick Bartsch, Produktionsmechaniker EFZ, Zell
Nikola Stoilov, Lebensmitteltechnologe EFZ, Zell
Michael Frey, Geflügelfachmann EFZ, Zell
Josephine Weber, Logistikerin EFZ, Zell

BELL DEUTSCHLAND

Dörte Propp, Industriekauffrau, Seevetal
Sebastian Schütz, Maschinen- und Anlageführer, Harkebrügge
Elias Wagner, Industriemechaniker, Harkebrügge
Lisa Jürgensen, Industriekauffrau, Seevetal
Jonas Meyer, Maschinen- und Anlageführer, Harkebrügge

HILCONA

Frieda Sylvester, Kauffrau EFZ, Schaan
Riccardo Licci, Kaufmann EFZ, Schaan
Ivo Bucher, Lebensmitteltechnologe EFZ, Schaan
Davide Zicchillo, Logistiker EFZ, Schaan
Zsombor Lengyuel, Logistiker EFZ, Schaan
Bruna Pereira, Lebensmittelpraktikerin EFZ, Landquart
Joel Brotzer, Logistiker EFZ, Landquart

HÜGLI SCHWEIZ

Joanna Rusin, Kauffrau EFZ, Steinach
Petar Pasuljanovic, Kaufmann EFZ, Steinach
Nina Ruckstuhl, Lebensmitteltechnologin EFZ, Steinach
Manuel Taddio, Lebensmitteltechnologe EFZ, Steinach
Mia Lagnel, Lebensmitteltechnologin EFZ, St. Gallen
Dylan Rubino, Logistiker EFZ, Steinach

EISBERG SCHWEIZ

Gino Hübscher, Lebensmitteltechnologe EFZ, Dällikon

WIR GRATULIEREN!



BELL SCHWEIZ

- Janjira Suwanthong**, Kauffrau EFZ, Basel
- Paul-Philippe Wortmann**, Informatiker EFZ, Basel
- Betim Aliu**, Fleischfachmann EFZ, Basel
- Lukas Haurin**, Fleischfachmann EFZ, Basel
(fehlt auf dem Bild)
- Gian Knoepfli**, Fleischfachmann EFZ, Basel
- Antonio Nedeski**, Fleischfachmann EFZ, Basel
- Faizullah Asinzai**, Fleischfachassistent EBA, Basel
(fehlt auf dem Bild)
- Blagojce Stojanoski**, Fleischfachassistent EBA, Basel
- Luca Petersen**, Automatiker EFZ, Basel
- Fesnike Rushiti**, Lebensmitteltechnologin EFZ, Basel
- Marko Bahor**, Koch EFZ, Basel
- Philippe Cattin**, Fachmann Betriebsunterhalt EFZ, Basel
- Raphael Meier**, Geflügelfachmann EFZ, Zell
- Lorena Schelb**, duales Studium BWL/Personalmanagement, Basel

BELL DEUTSCHLAND

- Lennart Jaspers**, Fachkraft für Lebensmitteltechnik, Edewecht
- Robin Thurm**, duales Studium BWL, Seevetal
- Dominik Siemer**, Industriekaufmann, Seevetal
- Mostafa Azimi**, Elektroniker für Betriebstechnik, Harkebrügge *(fehlt auf dem Bild)*



HILCONA

- Veronika Watzke**, Kauffrau EFZ, Schaan
(fehlt auf dem Bild)
- Francisco Fernandez Alvite**, Logistiker EFZ, Schaan
- Lars Meier**, Lebensmitteltechnologe EFZ, Schaan
- Lorin Murk**, Lebensmitteltechnologe EFZ, Schaan
- Dominic Dürr**, Lebensmittelpraktiker EBA, Schaan
- Ilias Theodorakoudis**, Lebensmittelpraktiker EBA, Schaan
- Hatice Kocatas**, Anlagenführerin EFZ, Schaan
- André Alves Apolinario**, Anlagenführer EFZ, Orbe
(fehlt auf dem Bild)

HÜGLI

- Lara Brunner**, Kauffrau EFZ, Steinach
- Jordan Sutter**, Kaufmann EFZ, Steinach
- Jack Stepke**, Logistiker EFZ, Steinach
- Patric Graf**, Lebensmitteltechnologe EFZ, Steinach
- Christian Rolle**, Lebensmitteltechnologe EFZ, Steinach
- Sebastian Sabol**, Lebensmittelpraktiker EBA, Steinach





Diese Mitarbeitenden von Eisberg Schweiz in Dällikon sind die Stars der Titelseite:

obere Reihe v. l. n. r.:

Agnes Dahlhausen (Deutschland)
Leiterin Produktion Früchte und Gemüse

Andreas Lehmann (Deutschland)
Key User CSB Produktion und Lager

Pensri Turakit Beck (Thailand)
Mitarbeiterin Produktion Schalen

untere Reihe v. l. n. r.:

Natalia Bonifacio Paulo (Portugal)
Mitarbeiterin Produktion Schalen

Bess Nnaedu Chibuogwu (Nigeria)
Mitarbeiterin Produktion Schalen

Diego Bruno (Schweiz)
Lebensmitteltechnologie in Ausbildung

Kateryna Kravchenko (Ukraine)
Mitarbeiterin Produktion Schalen



Die Bell Food Group wächst international immer näher zusammen

Die ganze Welt in einer Gruppe

Mit Standorten in 15 Ländern, Mitarbeitenden aus knapp 100 Nationen und über 50 Exportmärkten ist die Bell Food Group seit Jahren international gut aufgestellt. Wie Teams diese «Internationalität» in ihrem Arbeitsalltag erleben und erfolgreich nutzen, zeigt diese «Look!»-Ausgabe mit einigen Beispielen. • *mr*

Hügli und Eisberg **Gemeinsam etwas bewegen**



Die Abwasserqualität in der Kläranlage in Brivio hat sich verbessert.

Ein gutes Beispiel für eine nicht nur länder-, sondern auch gruppenübergreifende Zusammenarbeit ist der norditalienische Hügli-Standort in Brivio – beziehungsweise seine Kläranlage. Die unzureichende Klärung des Abwassers bereitete schon seit längerem Probleme. Einerseits verursachte sie hohe Kosten, andererseits war sie auch unter Umweltschutzaspekten nicht mehr zeitgemäss.

Hilfe bekam der Standort von einem Eisberg-Kollegen, der für den Betrieb der leistungsstarken Kläranlage im schweizerischen Dällikon verantwortlich ist. «Bei seinem Besuch in Italien hat sich Kornel Egenschwiler mit viel Herzblut und grosser Erfahrung unserer Problematik angenommen», erzählt Andreas Höllmann, Projektmanager Operational Services & Engineering Operations bei Hügli. «Schon kurz danach konnten wir dank seiner Unterstützung erste Schritte einleiten, um die Wirksamkeit der Abwasserreinigung zu verbessern.»

Die gute Zusammenarbeit der beiden Schwesterunternehmen in Brivio zeigt schon jetzt Wirkung: Die Menge des Abwassers ist gesunken und die Qualität gestiegen. Nun wird gemeinsam ermittelt, inwieweit weitere Verbesserungsmaßnahmen nötig sind.

Bell Deutschland und Bell Spanien

¡Hola! aus Spanien

Javier Castillo schneidet Schinken, seit er denken kann. Denn in seiner Heimat, der spanischen Region Extremadura, steht fast in jeder Küche ein Iberico-Schinken zum Anschneiden bereit.

Heute ist der diplomierte Ingenieur der Lebensmittelindustrie Vertriebsmitarbeiter für Bell España. Für Bell Deutschland schlüpfte das Multitalent zudem schon häufiger auf Messen in die Rolle des Serrano-Botschafters.

In diesem Frühjahr stand er nun in dieser Rolle sogar vor der Kamera. Für einige Social-Media-Spots stellte er dabei nicht nur sein grosses Fachwissen, sondern auch seine Deutschkenntnisse unter Beweis.

«Bell Deutschland ist ein wichtiger Partner für uns in Spanien, daher

habe ich mir gerne die Zeit genommen, um unsere Serrano-Produkte zu erklären», sagt Javier Castillo.

Das Ergebnis: mehrere Clips, in denen der 38-Jährige mit einem freundlichen ¡Hola! zur Begrüssung auf sympathische Art die Welt der Serranos erklärt. Zu sehen sind sie auf den Abraham-Kanälen, bei Instagram und Facebook sowie auf der Abraham-Website.

Javier Castillo stand als Serrano-Botschafter vor der Kamera.



www.abraham.de/serrano



Interview mit drei Hügli Aussendienstmitarbeitern

Der Kochnachwuchs hat internationale Geschmäcke im Gaumen



Jean-Philippe Yannic ist bei Hügli Verkaufsleiter in der Region Süd-West und betreut zudem auch den französischen Markt.

André Steinmann ist bei Hügli in der Schweiz der Ansprechpartner für Kunden zwischen Basel und Bern.

Björn Stib ist als Bezirksleiter in der Region Südwest im südlichen Schwarzwald unterwegs.

Welche Rolle spielt Internationalität für Ihre tägliche Arbeit?

Björn Stib: Wir haben in meiner Region im Südschwarzwald neben den Traditionsrestaurants auch viele internationale Gastronomiebetriebe. Man kann aber sagen, dass alle Köche und Köchinnen ähnlich ticken. Der eine ist etwas verschlossener, der andere etwas offener. Das hat aber eher etwas mit der Generation als mit der Nationalität zu tun.

André Steinmann: Bei mir in der Grenzregion in der Nordschweiz betreue ich mehr deutsche und französische Küchenchefs als Schweizer. Das macht für mich keinen Unterschied, sie sind alle Freunde. Der Vorteil bei den deutschen Köchinnen und Köchen ist aber, dass sie Hügli häufig schon aus ihrer Zeit in Deutschland kennen.

Wie international ist die neue Generation der Küchenchefs?

Jean-Philippe Yannic: Viele Nachwuchsköche, die wir betreuen, haben zuvor schon in verschiedenen Ländern weltweit gearbeitet. Sie haben total andere Geschmäcke im Gaumen und daher auch andere Anforderungen an unsere Produkte.

Björn Stib: Die Jungen experimentieren gerne und probieren auch mal was, während die ältere Gene-

ration uns am Anfang etwas skeptischer begegnet. Aber in unserem Produktportfolio ist für jeden etwas dabei. Hervorheben kann man zum Beispiel die Marke Bresc, die für uns bei vielen Gastronomen zum Türöffner geworden ist.

Stellen Sie sich oder Ihr Angebot auf Kunden verschiedener Nationalitäten besonders ein?

André Steinmann: Jeder Kunde ist anders, darauf muss man sich immer individuell einstellen. Ich betreue zum Beispiel in Basel einige türkische Restaurants, da geht viel mit Schulterklopfen und Familienanschluss. Viele sagen zu mir auch nicht mehr André, sondern Papa. Das ist schon etwas Besonderes.

Jean-Philippe Yannic: Ein Beispiel für Anpassungen aus dem Produktbereich ist unser Biosortiment. Als wir vor vier Jahren damit in Frankreich gestartet sind, haben wir schnell gemerkt, dass die französischen Küchenchefs in Sachen Aromen und Konsistenz andere Ansprüche haben. Die daraufhin angepassten Rezepturen haben sich dann in allen Märkten durchgesetzt, weil sie unsere Kundinnen und Kunden auch anderswo überzeugten.



Das CSB-Team **Abtauchen in andere Kulturen**

Wenn es bei der Software zur Ressourcenplanung «CSB» klemmt, ist das elfköpfige Team rund um Peter Ettrich gefragt. Mit Hauptsitz in Basel und Dependancen in Ungarn und Österreich betreut es über 1000 Nutzerinnen und Nutzer in Spanien, Deutschland, Polen, Ungarn, Österreich, Rumänien und der Schweiz.

«Internationalität bedeutet für uns auch das Abtauchen in andere Kulturen, Mentalitäten und nicht zuletzt Gesetzgebungen», berichtet Peter Ettrich, Head of DevOps Center CSB. «Wenn man beispielsweise viel in Osteuropa unterwegs ist, wird einem schnell klar, wie vergleichsweise einfach das Schweizer Steuerrecht ist.»

Obwohl Englischkenntnisse in der Bell Food Group weitverbreitet sind, gilt es auch hin und wieder, Sprachbarrieren zu bewältigen. Da ist es gut, dass das Team selbst international aufgestellt ist und Probleme auch etwa auf Spanisch oder Ungarisch lösen kann.

«Ein grosser Unterschied zu den Schweizer Standorten ist auch, dass wir nicht einfach mal persönlich vorbeigehen können, wenn es zum Beispiel in einem Produktionsbetrieb in Rumänien Schwierigkeiten mit dem System gibt», sagt Peter Ettrich.

Daher ist es sehr hilfreich, dass sich die CSB-Spezialisten mit allen Computern in der Bell Food Group von extern verbinden können. Wenn es sinnvoll ist, gibt es natürlich auch Vor-Ort-Termine. «Das sind immer gute Gelegenheiten, noch etwas mehr über die Länder und Menschen zu erfahren, mit denen wir zusammenarbeiten», berichtet Peter Ettrich.



Peter Ettrich
Head of DevOps Center CSB
bei der IT Bell Food Group

Bell Schweiz **Zum Deutschlernen nach Harkebrügge**



Yannik Wettlé
Prozessleiter Reinigung,
Bell Basel

Als Yannik Wettlé 2003 im Bereich Schinken- und Charcuterieverpackung bei Bell in der Schweiz startete, waren seine mangelnden Deutschkenntnisse noch kein Thema, da er in einem rein französischsprachigen Team arbeitete. Für eine neue Position, die er einige Jahre später anstrebte, war es aber nötig, sein Deutsch zu verbessern.

Die Lösung dafür fand sein damaliger Abteilungsleiter. «Er hat in Absprache mit der Direktion und dem HR für mich 2018 einen siebenwöchigen Aufenthalt bei Bell Deutschland in Harkebrügge organisiert.»

«Direkt von der Theorie zur Praxis.»

Neben einem Intensivkurs konnte er auch bei seiner Mitarbeit im Betrieb in die Sprache eintauchen. «So hatte ich die Chance, direkt von der Theorie zur Praxis überzugehen. Die Teammitglieder waren dabei alle sehr offen und halfen mir, wenn ich Schwierigkeiten hatte, mich auf Deutsch auszudrücken.»

Auf diese Weise konnte der heutige Prozessleiter Reinigung am Hauptsitz in Basel sein Sprachniveau deutlich verbessern. Jemandem in einer ähnlichen Situation wie seiner rät er, sich an seine Abteilungsleitung oder einen HR-Verantwortlichen zu wenden, um eine Lösung zu finden.

Es muss auch nicht immer gleich ein Auslandsaufenthalt sein. Bei internen Kursen am eigenen Standort, wie sie beispielsweise Bell Schweiz anbietet, lassen sich die Sprachkenntnisse ebenfalls verbessern. «Ausserdem habe ich gelernt, dass man keine Angst davor haben sollte, zu üben, Fehler zu machen oder zu sagen, dass man etwas nicht verstanden hat.»



Eisberg Österreich **Leuchtturmprojekt zeigt sein Potenzial**

Wie erschliesst man sich einen internationalen Markt komplett neu? Eisberg kennt die Antwort. In Marchtrenk erfolgte im September 2017 der Spatenstich für den ersten Herstellungsbetrieb in Österreich. Heute, fünf Jahre später, sind die vier Produktionshallen auf dem 24 000 Quadratmeter grossen Areal die Heimat neuester hoch automatisierter Anlagen – und die vielversprechenden Prognosen für den Markteintritt haben sich bestätigt.

Die Lage des Standorts im Herzen Europas ist aufgrund kurzer Lieferwege ideal, um mit lokalen Anbietern zusammenzuarbeiten. Zudem bieten der österreichische und der angrenzende deutsche Markt den Salatexperten viele Wachstumschancen. Und so beliefert Eisberg Österreich inzwischen von Marchtrenk aus unter anderem zahlreiche Detailhändler in beiden Ländern.

Darüber hinaus gehören mit Transgourmet und Hilcona auch Mitglieder der Bell Food Group zu den Kunden des Standorts. «Der Eintritt in Österreich war ein Leuchtturmprojekt in der Geschich-

te von Eisberg», berichtet Franco Mühlgrabner, Geschäftsführer von Eisberg Österreich. «Das liegt unter anderem daran, dass erstmals in der Geschichte der Bell Food Group mehrere Marken und Sortimente unter einem Dach gebündelt sind.»

Die ersten Schritte im neuen Markt sind also gemacht. Weitere werden demnächst folgen – unter anderem mit einer Hochleistungsanlage zur Herstellung von Poulet-Convenience-Produkten.



Franco Mühlgrabner
Geschäftsführer,
Eisberg Österreich

Bell Food Group **Wo Internationalität Tagesgeschäft ist**

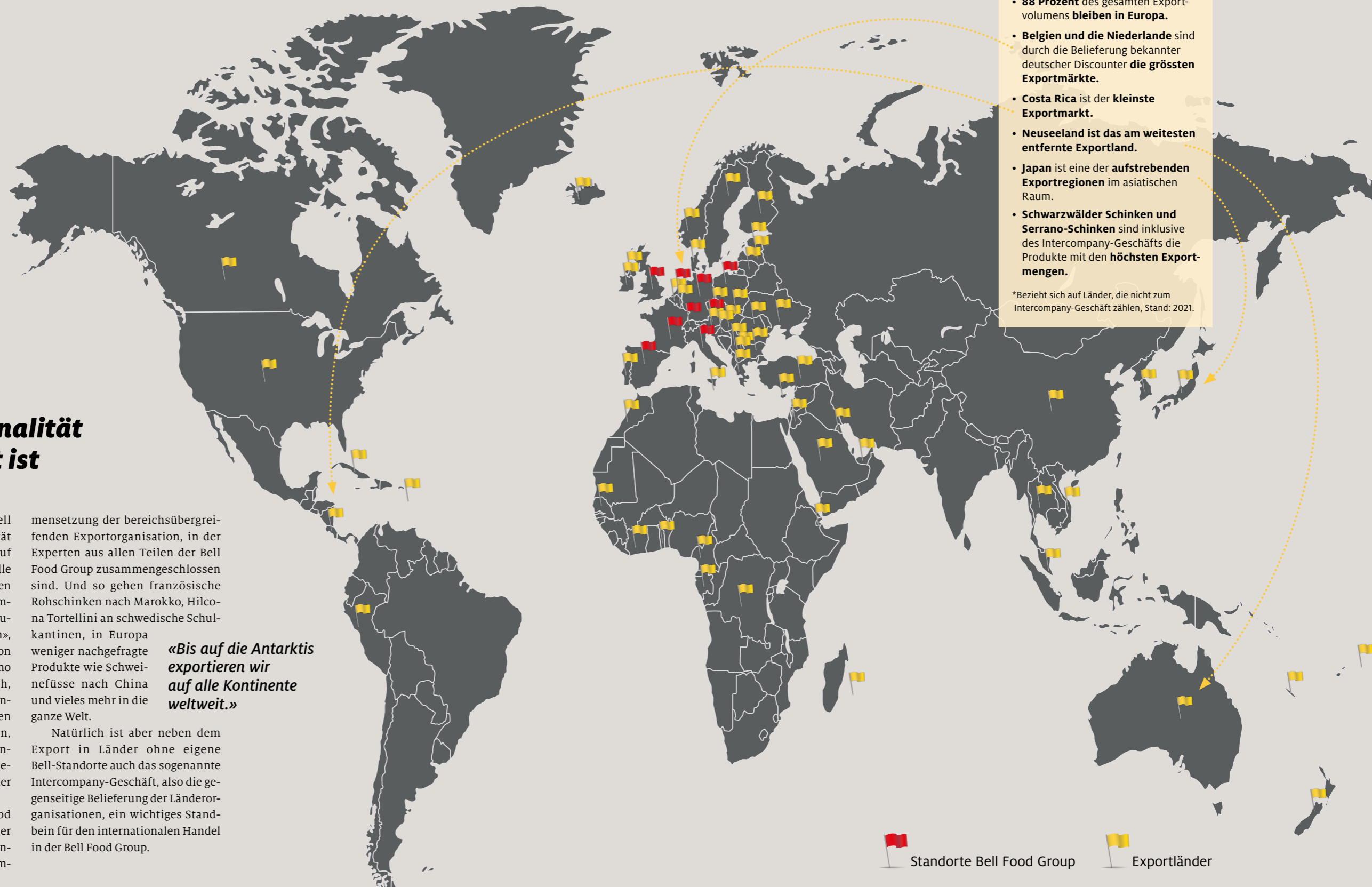
Wenn sich ein Bereich in der Bell Food Group mit Internationalität auskennt, ist es der Export. «Bis auf die Antarktis exportieren wir auf alle Kontinente weltweit. In den meisten Ländern arbeiten wir dafür mit Importeuren oder direkt mit den Supermarktketten vor Ort zusammen», erzählt Daniel Böhny, Leiter Division Bell West- & Osteuropa, und Stefano Bianchi, CEO bei Bell Frankreich, ergänzt: «Bekannte Beispiele für unsere internationalen Retailkunden sind etwa Carrefour und Auchan, die wir unter anderem in den französischen Aussendepartements beliefern, sowie Costco in Kanada oder Kesko in Finnland.»

Dabei stellt sich die Bell Food Group flexibel auf die Wünsche der ausländischen Kunden ein. Für Synergieeffekte sorgt zudem die Zusam-

mensetzung der bereichsübergreifenden Exportorganisation, in der Experten aus allen Teilen der Bell Food Group zusammengeschlossen sind. Und so gehen französische Rohschinken nach Marokko, Hilcona Tortellini an schwedische Schulkantinen, in Europa weniger nachgefragte Produkte wie Schweinefüsse nach China und vieles mehr in die ganze Welt.

Natürlich ist aber neben dem Export in Länder ohne eigene Bell-Standorte auch das sogenannte Intercompany-Geschäft, also die gegenseitige Belieferung der Länderorganisationen, ein wichtiges Standbein für den internationalen Handel in der Bell Food Group.


«Bis auf die Antarktis exportieren wir auf alle Kontinente weltweit.»



Spannende Exportfakten aus der Bell Food Group*

- Die Gruppe exportiert **in über 50 Länder weltweit.**
- **88 Prozent** des gesamten Exportvolumens **bleiben in Europa.**
- **Belgien und die Niederlande** sind durch die Belieferung bekannter deutscher Discounter **die grössten Exportmärkte.**
- **Costa Rica** ist der **kleinste Exportmarkt.**
- **Neuseeland** ist das **am weitesten entfernte Exportland.**
- **Japan** ist eine der **aufstrebenden Exportregionen** im asiatischen Raum.
- **Schwarzwälder Schinken und Serrano-Schinken** sind inklusive des Intercompany-Geschäfts die Produkte mit den **höchsten Exportmengen.**

*Bezieht sich auf Länder, die nicht zum Intercompany-Geschäft zählen, Stand: 2021.

 Standorte Bell Food Group  Exportländer

Wir gratulieren und nehmen Abschied

Dienstjubiläen und Pensionierungen von September bis November 2022

Bell Schweiz

20 Dienstjahre

Carlos De Carvalho Lopes, 1. Juli, Geiser, Schlieren (*Nachtrag*)
Trashe Rrasi, 22. Juli, Geiser, Schlieren (*Nachtrag*)
Dossè Bossou, 1. September, Bell Schweiz, Basel
Pascal Didier, 1. September, Bell Schweiz, Basel
Guy Eigenmann, 1. September, Bell Schweiz, Basel
Hizir Kücükgörmez, 1. September, Bell Schweiz, Basel
Alexander Nobs, 1. September, Bell Schweiz, Oensingen
José Manuel da Silva Gomes, 1. Oktober, Bell Schweiz, Cher-Mignon
Moukhtar Mouhim, 1. Oktober, Bell Schweiz, Oensingen
Brahim El Ouardi, 14. Oktober, Bell Schweiz, Oensingen
Thomas Grauwiler, 1. November, Bell Schweiz, Basel
Raveendran Narayanapillai, 1. November, Bell Schweiz, Oensingen
Konrad Oertle, 1. November, Bell Schweiz, Gossau
Valérie Unternaehrer, 1. November, Bell Schweiz, Basel
Hasime Berisha, 4. November, Bell Schweiz, Oensingen
Léoncino Patrick Picot, 11. November, Bell Schweiz, Basel

25 Dienstjahre

Christine Schlatter, 1. September, Bell Schweiz, Basel
Vjollca Bytyçi-Dakaj, 2. Oktober, Bell Schweiz, Oensingen
Pavo Marojevic, 3. November, Bell Schweiz, Churwalden
Drita Avdyli, 12. November, Bell Schweiz, Oensingen
Bojan Nikolic, 17. November, Bell Schweiz, Basel

30 Dienstjahre

Philippe Lieby, 1. Oktober, Bell Schweiz, Basel
Ivan Fischer, 1. November, Bell Schweiz, Basel

35 Dienstjahre

Marcel Berger, 1. Oktober, Bell Schweiz, Gossau
Hamid Boudechicha, 1. Oktober, Bell Schweiz, Basel
Teresa Penas-Mendez, 1. Oktober, Bell Schweiz, Basel
Patrick Bubendorff, 5. Oktober, Bell Schweiz, Basel
Marie-Chantal Gracyasz, 1. November, Bell Schweiz, Basel
Clotilde Pehlic, 1. November, Bell Schweiz, Basel

Pensionierungen

Jasna Popijac Xhigoli, 30. September, Bell Schweiz, Oensingen
Shake Lokaj, 30. November, Bell Schweiz, Gossau

Frühpensionierungen

Nafje Avdiu-Sylejmani, 31. Juli, Bell Schweiz, Oensingen (*Nachtrag*)
William Ritt, 31. Juli, Bell Schweiz, Basel (*Nachtrag*)
Isabelle Lancelot, 30. September, Bell Schweiz, Basel
Kurt Fuhrmann, 31. Oktober, Bell Schweiz, Oensingen
Divna Ilic, 31. Oktober, Bell Schweiz, Zell
Francois Vidale, 31. Oktober, Bell Schweiz, Basel
Christian Fontaine, 30. November, Bell Schweiz, Basel
Joachim Grinan, 30. November, Bell Schweiz, Basel
Dany Sutterlin, 30. November, Bell Schweiz, Basel

Wir nehmen Abschied

Pascal Figenwald, 10. Juni, Bell Schweiz AG, Basel
Radoine Boufelaas, 20. Juni, Bell Schweiz AG, Basel

Bell International

20 Dienstjahre

Christian Launer, 2. September, Hubers Landhendli, Pfaffstätt
Katjana Schürmann, 1. Oktober, Bell Deutschland, Harkebrügge
Frank Rössler, 7. Oktober, Bell Deutschland, Seevetal
Bernd Gardewin, 1. November, Bell Deutschland, Harkebrügge
Galina Meyer, 1. November, Bell Deutschland, Harkebrügge
Olga Wilhelm, 4. November, Bell Deutschland, Harkebrügge
Olga Fleck, 11. November, Bell Deutschland, Harkebrügge
Tatjana Engel, 12. November, Bell Deutschland, Harkebrügge
Anja Oltmanns, 12. November, Bell Deutschland, Edewecht

25 Dienstjahre

Diana Stöfhase, 4. September, Bell Deutschland, Harkebrügge
Bianca Plaggenborg, 1. Oktober, Bell Deutschland, Harkebrügge

30 Dienstjahre

Quoc Minh Ngo, 9. Oktober, Bell Deutschland, Edewecht
Gordana Krstic, 19. Oktober, Hubers Landhendli, Pfaffstätt

35 Dienstjahre

Gerlinde Reichinger, 1. September, Hubers Landhendli, Pfaffstätt
Brigitte Bruns, 12. November, Bell Deutschland, Harkebrügge
Manfred Olling, 24. November, Bell Deutschland, Edewecht

Pensionierungen

Joelle Broche, 30. Oktober, Bell Frankreich, Aime
Yves Theveneau, 31. Oktober, Bell Frankreich, Teilhède

Wir nehmen Abschied

Ameti Hajri, 13. März, Süddeutsche Truthahn, Ampfing
Antal Nemeth, 5. Mai, Süddeutsche Truthahn, Ampfing
Stefan Faschang, 18. Juni, Frisch Express, Pfaffstätt

Eisberg

20 Dienstjahre

José Antonio Costa, 16. September, Eisberg Schweiz, Dällikon (Feldhof)
Güley Ikizer, 1. Oktober, Eisberg Schweiz, Dällikon (Feldhof)
Nicoleta Scarlat, 1. Oktober, Eisberg Rumänien, Pantelimon
Nicolas Pointurier, 14. Oktober, Sylvain & CO, Essert-sous-Champvent
Roselyne Pasteur, 11. November, Sylvain & CO, Essert-sous-Champvent

25 Dienstjahre

Nicolas Perret, 1. Oktober, Sylvain & CO, Essert-sous-Champvent
Isa Aliu, 6. Oktober, Eisberg Schweiz, Dänikon

35 Dienstjahre

Maria Ramos Santinha Marques, 1. September, Eisberg Schweiz, Dällikon (Feldhof)

Hilcona

25 Dienstjahre

Alexander Erhardt, 16. Dezember, HFC, Bad Wünnenberg

Pensionierungen

Heinrich Lohre, 31. August, HFC, Bad Wünnenberg (*Nachtrag*)

Hügli

20 Dienstjahre

Birgit Hauser, 1. September, Hügli, Radolfzell

Lisa Weber, 1. September, Inter-Planing, Langenhaslach

Gertjan van der Wouden, 2. September, Bresc, Werkendam

Sibylle Koschoreck, 1. Oktober, Hügli, Radolfzell

Fareeq Mirza, 21. November, Hügli, Radolfzell

25 Dienstjahre

Rute Pintado, 1. September, Hügli, Radolfzell

Holger Grundmann, 6. Oktober, Hügli, Radolfzell

35 Dienstjahre

Yvonne Stocker, 1. November, Hügli, Radolfzell

Pensionierungen

Hans-Joachim Haug, 31. Mai, Hügli Deutschland, Radolfzell (*Nachtrag*)

Jarmila Dědková, 31. Juli, Hügli Tschechien, Zásmuky (*Nachtrag*)

Luisa Eichler, 31. Juli, Hügli Deutschland, Radolfzell (*Nachtrag*)

Nikolaus Hubert, 31. Juli, Hügli Deutschland, Radolfzell (*Nachtrag*)

Lilli Zimbelmann, 31. Juli, Inter-Planing, Langenhaslach (*Nachtrag*)

Brian Dugmore, 26. August, Hügli England, Redditch (*Nachtrag*)

Heinz Walther, 30. September, Hügli Deutschland, Radolfzell

Play & Win!

PLAY AND WIN

Wettbewerbsfrage

Welches Produkt von NATUCO ist hier gemeint?



Wir verlosen zehn Probierpakete von NATUCO.

Mehr zu NATUCO auf Seite 29.

Teilnahmeschluss ist am 27. Januar 2023

Schicken Sie die Lösung zusammen mit der Angabe Ihres Namens, Ihres (ehemaligen) Arbeitsorts und Arbeitgebers an info@natuco.bio. Die Gewinner/innen werden unter den Einsendungen mit der richtigen Lösung ausgelost. Mehrfachteilnahmen werden nicht berücksichtigt. Die Gewinner/innen werden direkt benachrichtigt. Über die Verlosung wird weder Korrespondenz geführt, noch telefonisch Auskunft gegeben.



Auf dem Weg zur klimaneutralen Organisation

Wissenschaftlich fundiert ans Ziel

In Sachen Nachhaltigkeit hat sich die Bell Food Group viel vorgenommen. So will sie ihre CO₂-Emissionen in den kommenden Jahren immer weiter reduzieren, mit der Vision, bis 2050 in der gesamten Lieferkette klimaneutral zu sein. Um diesen Plan in die Tat umzusetzen, orientiert sie sich an wissenschaftlich fundierten Zielen.

Die Folgen der Überbeanspruchung der Erde sind allgemein bekannt.

Am 28. Juli war der diesjährige «Earth Overshoot Day». Das ist der errechnete Tag, an dem die Menschen weltweit die natürlichen Ressourcen verbraucht haben, die die Erde für ein Jahr zur Verfügung stellt. Die Folgen dieser Überbeanspruchung sind vermutlich allen bekannt: Sie reichen vom Klimawandel über die Verringerung der Artenvielfalt bis hin zum weltweiten Wettbewerb um Nahrungsmittel.

Um den ökologischen Fussabdruck zu verringern und die Welt auch für zukünftige Generationen als lebenswerten Ort zu erhalten, se-

hen Umweltschutzorganisationen neben der Politik vor allem Unternehmen in der Pflicht.

Die Bell Food Group ist sich ihrer Verantwortung in diesem Bereich bewusst. Sie beschäftigt sich schon seit Jahren mit dem Thema und hat ihr Engagement für mehr Nachhaltigkeit in ihr Leitbild integriert.

«Bei der Entwicklung der Massnahmen für mehr Umwelt- und Klimaschutz orientieren wir uns seit der Verabschiedung der Nachhaltigkeitsstrategie 2026+ an den Zielen des Pariser Klimaabkommens. Diese Ziele hat die «Science Based Targets initiative» für Unternehmen definiert», erläutert Samuel Widmer, Projektleiter im Bereich Nachhaltigkeit der Bell Food Group. «Coop hat sich dieser Initiative angeschlossen und sich verpflichtet, sich eigene wissenschaftsbasierte Klimaziele zu setzen. Als Mitglied der Coop-Gruppe gilt



diese Vereinbarung auch für die Bell Food Group.»

Die kurz «SBTi» genannte Initiative unterstützt Unternehmen dabei, ihre Emissionen anhand von wissenschaftlich fundierten Erkenntnissen zu reduzieren. Dabei ermöglicht sie ihnen gleichzeitig, einen Beitrag zur Bekämpfung der globalen Erwärmung zu leisten und ihre Wettbewerbsfähigkeit beim Übergang zu einer kohlenstoffarmen Wirtschaft zu steigern.

Die Ziele gelten dann als «wissenschaftlich fundiert», wenn sie dem aktuellen Stand der Klimaforschung folgen, um – wie im Pariser Abkommen vereinbart – die globale Erwärmung auf 1,5 Grad Celsius über dem vorindustriellen Niveau zu begrenzen.

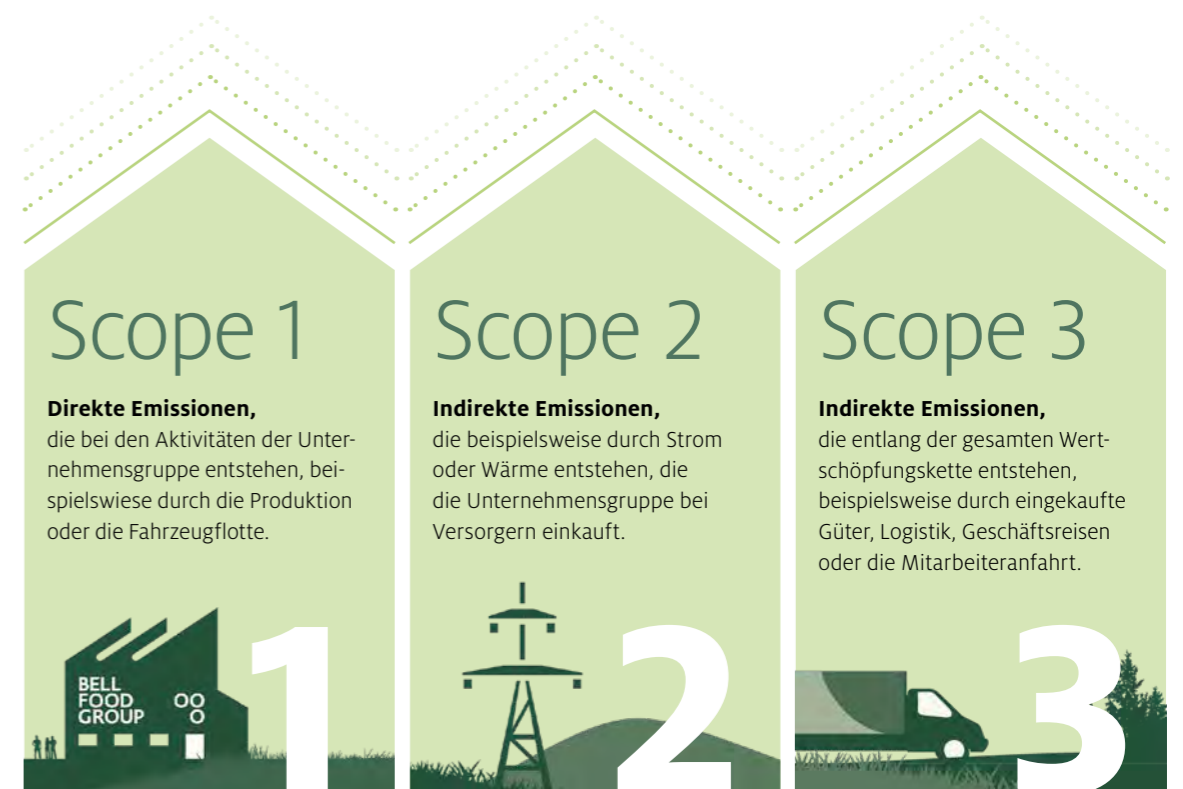
Darauf basierend hat die Bell Food Group in ihrer überarbeiteten Nachhaltigkeitsstrategie,

die kürzlich verabschiedet wurde, konkrete Zielsetzungen für die kommenden Jahre festgelegt.

Dazu gehört, dass die betrieblichen Treibhausgasemissionen aus den sogenannten Scopes 1 und 2 bis 2026 um 21 Prozent reduziert werden sollen. Das betrifft die direkten Emissionen, die beispielsweise durch die Produktion anfallen, sowie die indirekten Emissionen, die unter anderem bei Energieversorgungspartnern entstehen.

«Um dieses Ziel zu erreichen, werden wir uns unter anderem um eine Reduktion und eine Effizienzsteigerung unseres Energiever-

Die Reduzierung von Emissionen steht im Vordergrund.



Die Emissionskategorien

Zeitplan zur Reduzierung der Treibhausgasemissionen der Bell Food Group

Bis 2026

Reduzierung der betrieblichen Treibhausgasemissionen aus Scope 1 und 2 um 21 Prozent

Bis 2035

Vision: Klimaneutralität im Betrieb für Scope 1 und 2

Bis 2050

Vision: Klimaneutralität im Betrieb für Scope 1, 2 und 3



brauchs bemühen. Das gelingt etwa durch die Rückgewinnung der Ab- und Prozesswärme in Produktionsbetrieben», berichtet Samuel Widmer. «Zudem werden wir beispielsweise zunehmend auf fossile Brennstoffe als Energiequellen verzichten, indem wir Energie etwa mit Fotovoltaik- oder Biogasanlagen selbst erzeugen.»

Darüber hinaus verfolgt die Bell Food Group die Vision «Klimaneutralität im Betrieb» für Scope 1 und 2 bis 2035. Vermeidbare Kohlenstoffdioxidmengen gilt es dabei, wo immer möglich, zu reduzieren, statt durch die Unterstützung von Klimaschutzprojekten zu kompensieren.

«Im ersten Schritt müssen wir dafür unseren CO₂-Fussabdruck vollumfänglich nach den Standards des Greenhouse Gas Protocol und der SBTi bilanzieren», sagt Roger Peier, Projektleiter Nachhaltigkeit bei der Bell Food Group. «Anhand der Ergebnisse können wir Optimierungspotenziale mithilfe von eigenen und externen Fachleuten erkennen und die entsprechenden Massnahmen daraus ableiten. Bei der Umsetzung der Projekte ist das Mitwirken aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sehr wichtig.»

Bis 2050 soll die Bell Food Group dann über die gesamte Lieferkette klimaneutral sein. Das umfasst auch die vielfältigen Emissionen aus Scope 3, die beispielsweise bei der vorgelagerten landwirtschaftlichen Produktion und der Logistik entstehen.

«Aufgrund unseres Geschäftsmodells fallen in Scope 3 deutlich höhere Emissionen

an als in unseren eigenen Betriebsprozessen», erklärt Basil Mörikofer, Projektleiter Nachhaltigkeit bei der Bell Food Group. «Da diese Emissionen nicht in unserem unmittelbaren Einflussbereich liegen, stellt sowohl die Analyse als auch die spätere Reduktion eine grosse Herausforderung dar.»

Zielführend können hier unter anderem Projekte in der integrierten Produktion sein. So plant die Unternehmensgruppe den Bau weiterer Geflügelställe nach dem energieeffizienten BTSplus-Standard. Auch neuen Lösungen, beispielsweise zur Reduzierung des Methanausstosses bei Rindern, sind die Verantwortlichen auf der Spur. Im Bereich der Logistik wird zudem gemeinsam mit den Partnern nach Ideen für einen nachhaltigeren Transport von Waren gesucht.

Die Bell Food Group ist also eins der Unternehmen, die die Weichen für mehr Umwelt- und Klimaschutz gestellt haben. Auf dass es allen gemeinsam gelingt, den «Earth Overshoot Day» in den kommenden Jahren auf ein immer späteres Datum zu rücken. • *mr*

«Bei der Umsetzung der Projekte sind die Mitarbeitenden zentral.»

NATUCO: die neue Biomarke von Hügli

Schnelles Kochen, das sich einfach gut anfühlt



Ob am Familientisch, beim Essen mit Freunden oder für den gemütlichen Abend zu zweit: NATUCO ist die zeitgemässe Antwort auf schnelles Kochen. Ehrliche Zutaten in bester Bioqualität machen Appetit auf eine gesunde und nachhaltige Ernährung.

NATUCO ist bereits regional vertreten bei V-Markt, EDEKA und Spar.

Biobensmittel sind hoch im Kurs. Die Nachfrage ist ungebrochen und dürfte in den kommenden Jahren weiter steigen. Konsumentinnen und Konsumenten achten vermehrt auf eine bewusste und gesunde Ernährung und wählen ihre Produkte gezielt nach diesen Kriterien aus. Im Einkaufskorb landen daher immer öfter nachhal-

tig produzierte Lebensmittel mit gesunden Zutaten, die den Konsumenten ein gutes Gefühl für sich und die Umwelt bieten. Vorbei sind die Zeiten, in denen bio als Nische galt und man für Lebensmittel in Bioqualität zum Spezialisten ins Reformhaus fahren musste. Dieser Entwicklung trägt die Hügli-Marke Natur Compagnie, Biopionier und Marktführer für Trocken-Convenience-Produkte im Fachhandel, Rechnung. Unter der neu geschaffenen Marke NATUCO bringt sie Suppen, Würzmixe, Saucen und Brühen in höchster Bioqualität als wichtige Alternative zum konventionellen Wettbewerb in der Kategorie Trocken-Convenience in den Supermarkt.

«Erste Erfolge, die wir bisher schon erreichen konnten, sind regionale Listungen bei V-Markt in Bayern und bei EDEKA Südwest in Deutschland sowie bei Spar in Österreich. Zudem sind die Produkte auch bei regionalen REWE-Märkten erhältlich», zeigt sich Hügli-Brandmanagerin Bianca Reutebuch erfreut über den gelungenen Launch.



**LASST UNS
BESSER ESSEN.**



Vielfalt für jeden Tag und jeden Geschmack

Das NATUCO-Rezept steht für beste Zutaten, schnelle Zubereitung und ein intensives Geschmackserlebnis ohne schlechtes Gewissen. Das Sortiment spricht mit allen Topsellern der Kategorie sowie modernen Lieblingen kleine und grosse Feinschmecker gleichermaßen an.

Der Kinderfavorit Buchstabensuppe ist genauso Teil des Angebots im Bereich Trocken-Convenience wie weitere Suppenklassiker. Dazu zählen unter anderem Tomaten-, Kürbis- und Hühnersuppe. Elf verschiedene Würzmixe wie Spaghetti bolognese, Chili con Carne und Lachs-Sahne-Gratin sorgen für authentischen Geschmack bei fixen Gerichten. Dazu gesellen sich Gnocchi-Gemüse-Pfanne und Ofengemüse für die vegetarische Küche.

Eine breite Auswahl verschiedener Saucen ergänzt das NATUCO-Sortiment, von der Rahmsauce über Sauce hollandaise bis zur Currysauce ist für jeden Geschmack die richtige Wahl dabei. Gemüse-, Hühner- und Rinderbrühe werden als Würfel und im Glas angeboten. Weitere Produkte im Bereich Bechergesichte sind für kommendes Jahr geplant.

Gut für die Umwelt

Alle in den NATUCO-Produkten verwendeten Rohstoffe stammen aus ökologisch kontrolliertem Anbau. Der achtsame Umgang mit der Umwelt ist nicht nur in einem intensiven Geschmackserlebnis zu spüren, sondern zeigt seine Wirkung auch ganz konkret in der Natur.

Dank ökologischer Landwirtschaft und Regenerationsphasen bleibt den Anbauböden Zeit für Erholung. Durch den Verzicht auf Pestizide wird der Lebensraum nutzbringender Insekten geschützt.

Die artgerechte Tierhaltung orientiert sich am Einklang mit dem ursprünglichen Verhalten und Lebensraum der Tiere. Aber nicht nur, was in NATUCO drinsteckt, kann sich sehen lassen. Auch das Drumherum macht eine gute Figur. Bei der Verpackung wird auf Kunststoff verzichtet, wo immer möglich. Die Trays der Produkte bestehen bis zu 100 % aus Altpapier, und die Verpackungen werden so gestaltet, dass sie durch Mülltrennung optimal recyclingfähig sind. Bis 2025 sollen alle Verpackungen zu 100 % recycelbar sein.

Bis 2025 sollen alle Verpackungen zu 100 % recycelbar sein.



ECHT BIO

Mit 20 Jahren Biokompetenz bietet NATUCO ein glaubhaftes Bioangebot. Wir verwenden Zutaten aus ökologischer Landwirtschaft für eine ausgewogene und nachhaltige Ernährung.



KLIMANEUTRAL

NATUCO reduziert Emissionen durch eine effiziente und nachhaltige Produktion auf ein Minimum und schafft Ausgleich, um die noch anfallenden Emissionen zu kompensieren. NATUCO ist dadurch 100 % klimaneutral.



BESTER GESCHMACK

NATUCO ist nicht einfach nur lecker, sondern bietet mit ehrlichen Zutaten und ohne künstliche Zusatzstoffe den besten Geschmack – und ein gutes Gefühl.



Die Antwort auf die Bedürfnisse von heute

Bei Hügli, Herstellerin der NATUCO-Produkte, kann man mit Natur Compagnie auf 20 Jahre Biokompetenz zurückblicken. Auch in Sachen Nachhaltigkeit ist das Unternehmen auf Kurs. So nutzt man an den beiden Produktionsstandorten in Radolfzell und Steinach schon heute 100 % Ökostrom. Dank dem Einsatz von Fotovoltaikanlagen und durch Rückspeisung ins Stromnetz wird Energie eingespart. Die jährliche Einsparung entspricht dem Jahresverbrauch von mehr als 50 Haushalten. Bei der NATUCO-Produktion wird kaum Wasser benötigt, und der Transport der Lebensmittel verursacht dank dem geringen Gewicht nur wenig CO₂-Emissionen.

Neben dem Fokus auf die Reduzierung der eigenen Emissionen werden zudem Projekte unterstützt, die dem Ausstoss von CO₂ entgegenwirken. In diesem Jahr beteiligt sich

NATUCO beispielsweise an einem Klimaprojekt in Malawi, das sicheren Zugang zu Trinkwasser ermöglicht und effizientere Kochöfen bereitstellt, was beides zu einer Reduzierung der Emissionen beiträgt. NATUCO ist damit 100 % klimaneutral.

«Mit NATUCO verbinden wir Spass und Genuss mit sozialer Verantwortung.»

Die Kombination aus echt bio auf Basis der 20-jährigen Biokompetenz, bestem Geschmack aus ökologischen Zutaten und 100-prozentiger Klimaneutralität dank CO₂-Ausgleich machen das NATUCO-Rezept zur zeitgemässen Antwort auf schnelles Kochen. «Mit der neuen Marke verbinden wir Spass und Genuss mit sozialer Verantwortung und sprechen eine wachsende Zielgruppe an, der neben funktionalen Aspekten auch der soziale Mehrwert wichtig ist», fasst Bianca Reutebuch zusammen. • ap



Neues für Pfanne, Topf und Mixer

Der Sommer geht, doch der Genuss bleibt

Wenn knackiges Grün und vegane Pasta auf saftiges Fleisch und herzhaft Würzungen treffen, haben wir wieder den Produktentwicklern der Bell Food Group über die Schultern geschaut. Hier verraten wir, was es diesen Herbst im Handel und in der Gastronomie Neues gibt. •*mr*



Spannende Konzepte von Hügli

Eigenmarkenprodukte für den Handel

Mit zukunftsorientierten Produkten und Konzepten für die Vermarktung unter eigenen Labels bringt Hügli die neusten Foodtrends in den Handel.

Mit sechs Fleischalternativen, vier Asia-Würzbouillons, dem «Haferdrink-Pulver» und dem «Grünkernhack» hat das B2C-Team von Hügli wieder einige spannende Innovationen für Markenartikler, Fachhandel und LEH im Angebot. Die Produkte und Ranges sind so konzipiert, dass sie in bestehende Eigenmarkenlinien aufgenommen oder unter neuen Labels eingeführt werden können.

«Unser Ziel ist es, unseren Kunden für ihre Eigenmarken immer wieder zukunftsgerichtete Einzelprodukte und Konzepte anzubieten», berichtet

Anna-Lena Kasperek, Junior Innovation- und Category-Managerin B2C.

Das gelang bereits erfolgreich mit Express-Pasta-Gerichten und Fleischalternativen, die ins Sortiment bekannter deutscher Discounter aufgenommen wurden. Die Vermarktung der Produkte unter den eigenen Brands der B2C-Kunden verschafft Hügli dabei eine hohe Reichweite und unterstützt damit erfolgreich das weitere Wachstum des Bereichs.



Die B2C-Konzepte verschaffen Hügli eine hohe Reichweite.

Hilcona Vegane Originale

Hilcona hat ihr Angebot für die stetig wachsende Zielgruppe der Menschen erweitert, die auf Lebensmittel tierischen Ursprungs verzichten möchten. Mit den «Ravioli Vegane Bolognese» und den «Veganen Gnocchi» gibt es seit Kurzem zwei rein pflanzliche Varianten der beliebten italienischen Klassiker. Die Ravioli überzeugen dabei mit einer cremigen Füllung auf Erbsenproteinbasis und einem extradünnen, bemehlten Teig. Die ebenfalls bemehlten Gnocchi aus leckeren Kartoffeln lassen sich auch perfekt in der Pfanne braten.



Hügli Würzmischungen aus der ganzen Welt

Gastronomen, die die Sommerurlaubszeit für ihre Gäste zumindest kulinarisch noch etwas verlängern möchten, erhalten jetzt Unterstützung von Hügli. Die neuen «World Cuisine Würzmischungen» sind inspiriert von den Küchen Indiens, Argentiniens, Mexikos, Thailands, Marokkos und der Mittelmeerregion. Die Faustregel, dass auf ein Kilo Basiszutat, also beispielsweise ein indisches Linsengericht, 30 Gramm Würzmischung kommen, vereinfacht dabei den Küchenalltag enorm. So können Küchenchefs immer wieder neue internationale Kreationen auf ihre Menükarten bringen.



Eisberg Ungarn Frisch gemixt

Smoothie-Liebhaber in Ungarn müssen für ihr Power-Getränk nicht mehr lange schnippeln. Denn seit Juli gibt es den neuen «Red Drink» von Eisberg. Die Zutaten, zu denen Eisbergsalat, Fenchel und Randen gehören, kommen dabei fertig vorbereitet aus dem Beutel und müssen nur noch mit einer Banane und Wasser im Mixer püriert werden. Neben seinem tollen Geschmack und seinen guten Inhaltsstoffen macht ihn seine knallrote Farbe zu einem echten Hingucker.



Eisberg Schweiz Herbstliche Gemüse- kreationen

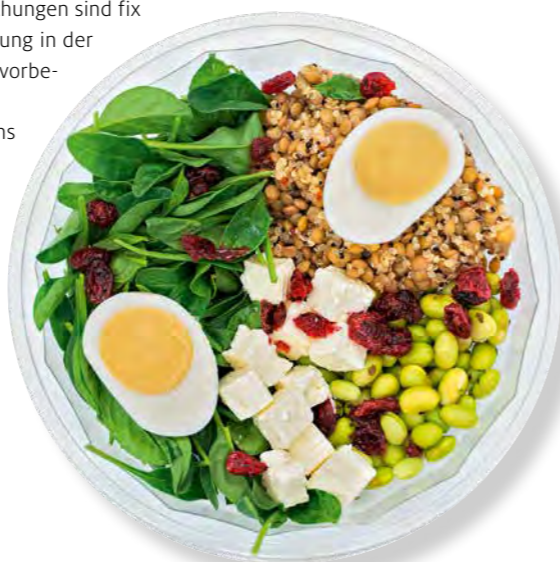
Die Schweizer Eisberg-Kolleginnen und -Kollegen machen ihrem Ruf als Bowl-Experten wieder alle Ehre: Pünktlich zum Start in die kühlere Jahreszeit gibt es vier neue trendige Zusammenstellungen. Die Buddha-Bowls «Kürbis-Pickles & Feta» und «Pickled Pumpkin & Beetroot» sind dabei vegetarisch. Die «Cauliflower Bowl» und die «Bio Vegan Bowl» eignen sich auch für eine vegane Ernährung.

Ausserdem sorgen die Quiche-Mischung «Herbst», in der Butternusskürbis die Hauptrolle spielt, und «Winter», die Randen mit Karotten und Lauch kombiniert, dafür, dass sich eine leckere Gemüseart mit wenig Aufwand zubereiten lässt.

Eisberg Österreich Die Vitaminoffensive

Mit seinen jüngsten Neuheiten sorgt Eisberg Österreich wiederum dafür, dass mit wenig Aufwand viel Gutes auf den Teller kommt. Das gilt beispielsweise für die neuen Gemüse-Convenience-Produkte «Grillgemüse», «Gemüse zum Dünsten», «Asia Gemüse», «Steak Gemüse» und «Esterhazy Classic Gemüse». Die Mischungen sind fix und fertig für die Zubereitung in der Pfanne oder auf dem Grill vorbereitet.

Und auch an Salatfans hat das Team gedacht: Während der «Vogelersalat mit Mangold und Microgreens-Radieschen» im Beutel Grünzeug pur bietet, ist der «Proteinsalat» mit Ei, Feta und Hülsenfrüchten die perfekte leichte Lunchmahlzeit.



Bell Deutschland testet Zweitplatzierungen

Schinken an neuem Ort

Um gerade zu saisonalen Anlässen noch mehr auf die Rohschinkenspezialitäten von Abraham aufmerksam zu machen, startet Bell Deutschland jetzt mit Zweitplatzierungsdisplays.

Rohschinken haben mit verschiedenen Begleitern im Jahresverlauf immer wieder Saison. Jetzt müssen Kundinnen und Kunden in Deutschland in den Aktionszeiten nicht mehr lange nach ihren Favoriten suchen. Denn dank dem neuen Zweitplatzierungskonzept von Bell Deutschland sind beliebte Spezialitäten von Abraham wie der spanische Serrano Gran Reserva, der italienische Prosciutto Crudo und der französische Savoyer Schinken nun beispielsweise direkt in der Obst- und Gemüse-Abteilung zu finden.

«Anders als etwa in anderen Ländern ist es in Deutschland noch nicht

so üblich, Rohschinken als SB-Ware in Scheiben ausserhalb der Kühlung anzubieten», berichtet Stephan Holst, Bereichsleiter Marketing & Kommunikation bei Bell Deutschland. «Dabei eignen sie sich mit ihrem hohen Abtrocknungsgrad und ihrer langen Haltbarkeit gut für die ungekühlte Platzierung.»

Und so rückt nun zusammen was zusammengehört: hochwertige Rohschinkenklassiker von Abraham mit zartem Spargel oder festtagstauglichen Tapas.

Nach Abraham-Spezialitäten muss keiner mehr lange suchen.



Bell Schweiz Klassiker für die schnelle Küche

Ab Mitte November können sich die Schweizer Kundinnen und Kunden auf zwei Traditionsgerichte freuen, die sich im Handumdrehen zubereiten lassen. Für die «Fleischvögel» – ähnlich den andernorts bekannten Rouladen – hat Bell eine klassische Füllung aus Speck, Hackfleisch und Weissbrot in mageres Schweizer Rindfleisch eingerollt und dann neun Stunden sous vide gegart. Zu Hause muss nur das beiliegende Bratensaucenkonzentrat angerührt und die «Fleischvögel» darin 15 Minuten lang erwärmt werden.

In derselben Zeit lässt sich auch das neue «Suppenfleisch» zubereiten. Die Basis dafür ist mageres Schweizer Rindfleisch aus Mutterkuhhaltung, das 14 Stunden lang im Beutel schonend vorgegart ist. Mit der in der Packung enthaltenen gehaltvollen Bouillon und etwas Gemüse kann so ganz schnell eine leckere Rindfleischsuppe entstehen. Das zarte Fleisch schmeckt aber auch aufgeschnitten mit etwas Senf oder Meerrettich.

Bell Polen Für mexikanische Snack-Momente

Für die neue «Desperinos»-Linie liess sich Bell Polen von den Gewürzen Mexikos inspirieren. Mit herzhaften Trockenwürsten wurden die ersten Vertreter des Konzepts bereits im Frühjahr erfolgreich eingeführt. Jetzt folgen Wurst-Chips und -Scheiben sowie Grillwürste. Die gesamte Range eignet sich perfekt für eine würzige Zwischenmahlzeit.



Ultrafrisches von Sylvain & CO macht das Rennen

Auf die Plätze – fertig – angerichtet

Von der Beschaffung der Zutaten über die Produktion bis zur Auslieferung vergehen wenige Stunden. Ultrafrischprodukte finden den Weg ins Verkaufsregal im Schnelltempo. Die Kolleginnen und Kollegen bei Sylvain & CO geben einen Einblick, worauf es dabei ankommt.

Ultrafrischprodukte schmecken fast so gut wie selbst gemacht. Hinter dem frischen Genuss verbirgt sich ein anspruchsvoller Produktionsprozess. Bei Sylvain & CO im Waadtland ist man spezialisiert auf die Herstellung konsumfertiger Salate, Gemüse und Früchte. Damit der Salat knackig frisch vom Feld in den Verkauf

Nur die besten Salatblätter werden für den Kunden verwendet.

gelangt, wird er sofort nach der Ernte auf vier Grad gekühlt. «Beim Wareneingang prüfen wir Temperatur, Grösse, Farbe und weitere Kriterien, bevor das Rohmaterial mit einer Chargennummer versehen in die Produktion gelangt», erklärt Boris Du Frey, Leiter Produktion/Infrastruktur und Stv. Geschäftsführer Eisberg/Sylvain & CO. Beim Salatkopf werden anschliessend nur die besten Blätter mit einem Messer von Hand geschnitten. Nicht verwertbare Blätter können zur Herstellung von Biogas verwendet werden. Bei mehreren anschliessenden Waschgängen werden Fremdkörper wie kleine Steine entfernt. Das Waschen ist sanft, um die Blätter nicht zu beschädigen. Für die Babyblätter geht es danach in einen Lufttrocknungstunnel. Robustere Blätter werden in einer Schleuder getrocknet. Nach einer weiteren Qualitätskontrolle durch einen optischen Sortierer folgt der Verpackungsprozess.



Erst gerade bestellt, schon auf dem Weg

Je nach Produkt variieren die Haltbarkeitsdaten in der Regel zwischen zwei und sechs Tagen. Aus diesem Grund werden sie just in time hergestellt. Produziert wird von 4 Uhr morgens bis 21 Uhr abends. «Bestelleingänge bis 16 Uhr können wir gleichentags ausliefern», sagt Daniel Erni, Leiter Logistik bei Eisberg/Sylvain & CO. «Die Ware gelangt zu uns in die Logistik und wird hier für die Endkunden kommissioniert. Die Transporte mit der bestellten Ware verlassen die Logistik bis 2 Uhr in der Nacht.»

Um beste Qualität zu garantieren, spielt die reibungslose Zusammenarbeit der unterschiedlichen Abteilungen und Mitarbeitenden eine wichtige Rolle. «Dank einer sehr guten Kommunikation zwischen den einzelnen Abteilungen können wir reagieren und uns schnell jeder Situation anpassen», sagt Stéphanie Picard, Leiterin Einkauf bei Eisberg/Sylvain & CO. Die richtige Menge zum richtigen Zeitpunkt zu bestellen und dabei auch äussere Einflüsse wie die Wetterverhältnisse zu berücksichtigen, beschreibt sie als eine der Herausforderungen beim Einkauf der Rohwaren. Von alledem soll der Kunde nichts mitbekommen. Egal, ob Salat, Gemüse oder Früchte, die Produkte müssen immer gleich schmecken: ultrafrisch, super zart und einfach nur gut. • ap



Bestellungen bis 16 Uhr werden gleichentags ausgeliefert.