

# LOOK!

Personeelsmagazine van de Bell Food Group

03 2022



*De hele wereld  
in één groep*

BELL  
FOOD  
GROUP





## Inhoud

### Uit de onderneming

- 4 Wedden, juichen en punten winnen**  
Het wedstrijd van het WK voetbal 2022
- 6 Midden in de hoog oplopende emoties**  
De Bell Food Group heeft voetbalvelden
- 9 Neem deel aan de Bell Food Group**  
Aandelenprogramma voor werknemers

### Werken bij de Bell Food Group

- 10 Goed begeleid in het beroepsleven**  
Een opleiding onder veranderende omstandigheden

### Omslagverhaal

- 14 De hele wereld in één groep**  
De Bell Food Group groeit internationaal steeds meer naar elkaar toe

### Persoonlijk

- 22 We feliciteren en nemen afscheid**  
Dienstjubilaea en pensioenen van september tot november 2022

### Wedstrijd

- 25 Wedstrijdvraag**  
Play and win

### Duurzaamheid en innovatie

- 26 Ons doel bereiken met een solide wetenschappelijke basis**  
Op weg naar een klimaatneutrale organisatie

### Onze smaakvolle wereld

- 29 Snel koken dat gewoon goed voelt**  
NATUCO: het nieuwe biomerk van Hügli
- 32 De zomer gaat voorbij, maar het plezier blijft**  
Nieuw voor pan, pot en blender

### Zo gaat het met kwaliteit

- 36 Op uw plaatsen – klaar – opgediend**  
Ultrafris van Sylvain & CO maakt de runnin

## Kennis kent geen grenzen

### Beste medewerkers

Begonnen als een kleine slagerij «Ochsenmetzg» in Bazel in 1869, heeft ons bedrijf zich voortdurend ontwikkeld. Nieuwe vestigingen, extra productgroepen en assortimenten kwamen er bij. Naarmate de groep is gegroeid, hebben we medewerkers uit verschillende landen aangetrokken. De Bell Food Group is nu vertegenwoordigd in 15 landen, heeft mensen uit ongeveer 100 landen in dienst en verkoopt zijn voedingsmiddelen over de hele wereld.

Beste medewerkers, ik vind dat nieuwsgierigheid in combinatie met kennis het begin is van elke toekomstige ontwikkeling. En dankzij haar internationale positie heeft onze groep een brede kennis over talloze onderwerpen. Er zijn reeds talrijke projecten waarbij medewerkers over de landsgrenzen heen samenwerken en hun ervaringen uitwisselen. Hoe meer we deze uitwisseling en kennisoverdracht bevorderen en de mogelijkheden ervan benutten, hoe succesvoller we ons op de markt kunnen positioneren.

### «Bij ons werken mensen uit ongeveer 100 landen samen.»

De digitalisering heeft ons tijdens de pandemie geholpen om elkaar nog beter te leren kennen en van elkaar te profiteren. We zijn nog dichter bij elkaar gekomen, ondanks alle social distancing die nodig was om het virus te bestrijden. Zo zijn op verschillende locaties nieuwe veelbelovende samenwerkingsverbanden ontstaan. Tegelijkertijd geldt ook voor de teams ter plaatse dat ze niet alleen profiteren van de

vaardigheden van de individuele personen, maar ook van de diversiteit. Een diverse groep kan een probleem beter oplossen, omdat het vanuit verschillende invalshoeken kan worden bekeken. Een grotere inspanning bij het zoeken naar een oplossing wordt dus beloond met een betere beslissing op lange termijn.

In mijn functie reis ik veel naar onze internationale vestigingen en krijg ik de kans om veel mensen te ontmoeten. Ik zie overal een groot potentieel dat we nog beter moeten benutten. Daarom plannen we een stageprogramma waarin medewerkers de kans krijgen om een tijd in het buitenland en/of in een ander vakgebied te werken. Zo wordt persoonlijke ontwikkeling gecombineerd met het grensoverschrijdend uitwisselen van waardevolle ervaringen binnen onze groep.

Meer voorbeelden van succesvolle internationale samenwerkingen vindt u in het omslagverhaal van deze uitgave. Ik hoop dat u ze met plezier zult lezen.

Lorenz Wyss  
Voorzitter van het bestuur van de groep



U kunt zich ook online abonneren op LOOK!, online lezen of downloaden via [look.bellfoodgroup.com](http://look.bellfoodgroup.com)

**Impressum** Magazine voor de medewerkers van de Bell Food Group, 4 nummers per jaar, nr. 3/2022, oktober 2022, 28ste jaargang.

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

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

Redactionele ondersteuning: Michaela Rosenbaum (mr), Adrian Portmann (ap). Foto's Philipp Jeker, Zürich, Zwitserland: omslagafbeelding, p. 14, p. 18.

Vormgeving: oblografik, Olten, Zwitserland. Beeldverwerking: Proacteam AG, Allschwil, Zwitserland.

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

Het wedspel van het WK voetbal 2022

# Wedden, juichen en punten winnen

Terwijl 's werelds beste voetballers hun kunsten vertonen in Qatar, stijgt ook bij de Bell Food Group de opwinding: Doe mee aan Het wedspel van het WK 2022 en word een voorspellingskampioen. • sh

Het wereldkampioenschap voetbal in Qatar wordt dit jaar een heel bijzondere: Voor de eerste keer in de voetbalgeschiedenis zal een Arabisch land gastheer zijn. Vanwege de hoge temperaturen daar in de zomer zal het dit jaar dus een winterwereldkampioenschap worden. Van 20 november tot 18 december 2022 zullen de beste teams ter wereld tijdens de kerstperiode strijden om de felbegeerde wereldtitel.

Ook bij Bell Food Group heerst veel enthousiasme: Het wedspel van het WK brengt de voetbalsfeer tot in de kantoren en productieruimten. Wie juist voorspelt, verzamelt waardevolle punten voor het klassement – als individu of in een team met andere voetballiefhebbers. Hoe nauwkeuriger de voorspellingen, hoe groter de kans op het winnen van de hoofdprijs: een droomreis ter waarde van CHF 2.500.–.



## Hoe werkt het wedspel

Alle werknemers van de Bell Food Group kunnen zich vanaf 31 oktober 2022 inschrijven op <https://playandwin.bellfoodgroup.com> – als individu en eenmalig als lid van een groep van maximaal vijf personen. Deelname is gratis.

## Zo werkt de inschrijving



<https://playandwin.bellfoodgroup.com>

1. Schrijf u vanaf 31 oktober 2022 in op <https://playandwin.bellfoodgroup.com> met een geldig e-mailadres (privé of zakelijk).
2. U ontvangt vervolgens een e-mail met een bevestigingslink.
3. Klik op deze link om de inschrijving te voltooien.
4. Log in en dien uw voorspellingen in (voorspellingen kunnen tot één uur voor de aftrap van de wedstrijd worden ingediend).

## Nieuw hierbij: de drie voetbalorakels

Geen verstand van voetbal of geen tijd om voorspellingen te doen? Geen probleem! Met de nieuwe orakelfunctie kunt u gebruik maken van de kennis van de drie fictieve personages heeft zijn eigen tactiek om resultaten te berekenen en geeft automatisch een gepersonaliseerde voorspelling voor elke wedstrijd.



Elsi, orakeloma



Pepe, voetbaltrainer



Alberto, wiskundige

## Hoofdprijs enkele speler

Hoe nauwkeuriger uw voorspellingen, hoe groter de kans om een van de aantrekkelijke prijzen te winnen. Win als enkele speler uw droomreis ter waarde van CHF 2500.–. De prijzen zullen aan het eind in de vorm van waardebonnen worden uitgereikt.

## Groepspreizen

De tien beste groepen kunnen zich verheugen op een financiële bijdrage voor een gezamenlijk groepsevenement van maximaal CHF 2500.– cash.

De Bell Food Group heeft voetbalcoorts

# Midden in de hoog oplopende emoties

In de late herfst wordt het echt spannend in de huiskamers van Europa. Van 20 november tot 18 december zullen de beste teams ter wereld strijden om de wereldtitel. Maar bij de Bell Food Group is het het hele jaar door voetbalseizoen. • ap

## Eisberg Hongarije serveert salades aan voetbalhelden

Wat hebben voetbal en salades gemeen? Beide staan symbool voor een gezonde en bewuste levensstijl. Eisberg Hongarije dacht er ook zo over en creëerde de Fradi Sali, een salademix voor de supporters en spelers van Ferencváros TC in Boedapest, door de fans ook wel Fradi genoemd. «Een evenwichtige voeding en regelmatige lichaamsbeweging zijn twee dingen die we met ons partnerschap promoten,» zegt

Laura Spielmann, Head of Marketing bij Eisberg Hongarije. De heerlijke salademix met andijvie, ijsbergsla en Chinese kool is niet alleen verkrijgbaar in het Groupama-

stadion, maar ook buiten het veld, exclusief bij Penny-Markt. De boodschap achter het partnerschap: Fradi Sali is de gezonde salademix voor voetbalhelden op en naast het veld.

## Wat hebben voetbal en salades gemeen?

## Bell Spanje schopt de bal naar kinderen en jongeren

Zoals bekend komen alle goede dingen in drieën, en zo heeft Bell Spanje ook drie voetbalsponsorschappen. In de eerste plaats worden twee plaatselijke voetbalteams in de kleine steden Azuaga en Fuensalida, beide productievestigingen, actief gesteund. In ruil daarvoor is het logo van Sánchez Alcaraz

prominent aanwezig op de bussen van het team over het hele land. Een ander project is de ondersteuning van kinderen en jongeren. «Sport is belangrijk voor kinderen en jongeren. Ze leren er veel dingen van die van pas kunnen komen in de rest van hun leven. En natuurlijk moet het leuk zijn,» zegt Marta Espinosa García, marketingassistent bij Bell Spanje, over het sponsorschap. De samenwerking met de junioren van FPA Las Rozas in Madrid, die met trots het logo van Sánchez Alcaraz op hun truien in de stadions dragen, bouwt voort op deze motivatie.

Country Manager van Bell Spanje Nikolaj Steber met een teamlid van FPA Las Rozas.



## «Als ik naar het stadion kom, zit ik boordevol verwachtingen»

Familie, vrienden, voetbal. Dit vat in het kort het leven van Hamdin Aliu samen. De opgeleide vleesspecialist werkt in de productie bij Bell Charcuterie in Bazel. In de vrije tijd van de 27-jarige draait bijna alles om FC Basel. We wilden weten waarom zijn hart klopt voor voetbal en welk team volgens hem de wereldbeker zal winnen.

**Je bent een groot supporter van FC Basel. Hoe zit het met je eigen gevoel voor de bal?** Ik weet nog dat ik met mijn vader in het park voetbalde toen ik klein was. Dat is waarschijnlijk waar mijn enthousiasme voor de sport is begonnen. Later begon ik dan behoorlijk te trainen. Bij FC Pratteln was ik lange tijd actief als aanvaller op het veld en ook als jeugdtrainer. Totdat ik twee jaar geleden een knieblessure opliep. Gezondheid

komt op de eerste plaats, dus ben ik gestopt met voetballen. Vandaag steun ik FC Pratteln vanaf de zijlijn. Om fit te blijven, ga ik regelmatig naar de sportschool.

**Waarom ben je zo gefascineerd door voetbal?** Voetbal is meer dan een sport. Het team is als een familie. Ze hebben allemaal hetzelfde doel: beter worden. Voetbalteams ervaren successen en nederlagen. De positieve, maar ook de negatieve emoties brengen teamleden dichter bij elkaar, en teamgenoten worden vrienden. Je zou kunnen zeggen dat voetbal mensen over landsgrenzen en generaties heen met elkaar verbindt. Dat voelde ik al toen mijn grootvader me voor het eerst meenam naar een wedstrijd van FCB in het stadion.



## Bell Schweiz voegt pit toe aan voetbalplezier

Bazel en Bell horen bij elkaar zoals de kleuren rood en blauw op de truien van FC Basel. Sinds de lente van dit jaar is Bell er trots op om zich partner van FCB te mogen noemen en de gehele stadioncatering van haar producten te mogen voorzien.

«Een specialiteit die in het stadion en bij bepaalde evenementen kan worden geproefd,

is de Joggeli-worst. Deze worst dankt zijn naam aan het stadion St. Jakob Park. Dit wordt in Bazel ook wel «Joggeli» genoemd. De mix van kalfs- en varkensvlees, passie, traditie en een snuffe FCB maken deze cultworst uniek,» zegt Micha

Roth, projectleider marketing bij Bell. CEO van Bell Lorenz Wyss is verheugd over het partnerschap: «Veel van onze medewerkers hebben een diepe passie voor het team en de stad. Daarom passen FCB en Bell heel goed bij elkaar.»



## Hilcona focust op traditie en profvoetbal

Schaan is de geboorteplaats en het hoofdkantoor van Hilcona. Een gezonde regio ligt het bedrijf nauw aan het hart. Het is dan ook bijna vanzelfsprekend dat ze FC Schaan actief steunen. «De pandemie heeft

vooral aangetoond dat ecologische en sociale kwesties belangrijker worden en dat de maatschappelijke verantwoordelijkheid groter is geworden,» zegt Markus Amann, hoofd communicatie bij Hilcona. De Liechtensteiners steunen ook de twee Oostenrijkse Bundesliga-voetbalteams Rheindorf Altach en SC Austria Lustenau, binnen het kader van hun financiële mogelijkheden. «Wij gebruiken de strategische samenwerking met de topsport effectief voor de realisatie van innovatieve projecten. Extra pluspunt: Ook de werknemers kunnen hiervan profiteren, omdat we hen tickets voor de thuiswedstrijden kunnen aanbieden», zegt Markus Amann verheugd.

**Een gezonde regio ligt Hilcona nauw aan het hart.**



**Wat maakt FCB tot je favoriete team?**

Vraag iedereen op straat in Bazel wie de nummer één is op het gebied van sport, en je krijgt twee antwoorden: FCB en Roger Federer. FC Basel is een begrip in heel Europa. Tenminste sinds 2002, na de 2:0 tegen Celtic Glasgow, toen het team zich voor het eerst kwalificeerde voor de Champions League. Ik kom naar bijna elke wedstrijd, in het St. Jakob-Park of daarbuiten. Deze zomer ben ik met vrienden naar een wedstrijd in Denemarken geweest. Het maakt niet uit tegen wie FCB speelt, het raakt iets in mij. Als ik in een stadion kom, ben ik opgewonden en vol verwachting van wat me te wachten staat.

**De wereldbeker zou je nog enthousiaster moeten maken. Jouw prognose?**

De bal is rond. Alles is mogelijk. Ik supporter uiteraard voor het Zwitserse nationale team. Ik zie veel potentieel. Als je naar de teamsamenstelling kijkt, kan er zeker iets gebeuren. Verder volg ik vooral Brazilië. Ze hebben bijna geen enkele wedstrijd verloren in de kwalificaties. Het mooie aan voetbal is dat niemand kan voorspellen wie er uiteindelijk zal winnen. We moeten ons gewoon laten verrassen wie de beker gaat winnen.

**Van werkkleren naar voetbalkleren**

Techniek, teamspirit en eerlijkheid zijn op het werk net zo belangrijk als bij het voetbal. Wij presenteren drie bedrijfsteams die regelmatig laten zien wat ze in hun mars hebben op het veld.

**Hilcona: de spontane spelers**

Waarom moeilijk als makkelijk ook kan? Hilcona's gemengd team is daar het beste voorbeeld van. De collega's rond aanvoerder Zehra Kilic hebben zich vrij spontaan gevormd voor het Liechtensteinse bedrijfsvoetbaltoernooi in 2022. Met vier van de vijf gewonnen wedstrijden kon het kleine team een geweldige toernooipremière vieren en is het gemotiveerd om ook de volgende beker mee naar huis te nemen.

**SC Manor/Bell: de geschiedenischrijvers**

Een voorloper van SC Manor/Bell werd 90 jaar geleden opgericht onder de naam SC Rheinbrücke.

Het huidige team is een fusie van de twee teams van warenhuisgroep Manor en Bell, die allebei te kampen hadden met teruglopende ledenaantallen. Het team van coach Livio Campana en sectiehoofd Ernesto Campisi heeft 20 kampioenstitels en 10 bekeroverwinningen. Voetballiefhebbers tussen de 40 en 50 jaar zijn altijd welkom.

**Team Bell Deutschland: de winnaars**

Het bedrijfsteam van Bell Deutschland is sinds 2017 actief en heeft in het verleden al een paar wedstrijden gewonnen. Het team rond coach Dieter Keil bestaat uit 19 leden, inclusief de extra coaches. De meeste leden zijn ook enthousiaste voetballers in hun vrije tijd. Als er een toernooi op komst is, begint de ploeg één tot twee weken van tevoren samen te trainen. Aan zelfvertrouwen geen gebrek, want het aanstekelijke motto van het team luidt: Rood en Wit neemt de prijs.



De bedrijfsteams van links naar rechts: Hilcona, Bell Schweiz en Bell Deutschland



**Aankoop van aandelen en verdere informatie**  
[myshares.bellfoodgroup.com](http://myshares.bellfoodgroup.com)

Aandelenprogramma voor werknemers

**Neem deel aan de Bell Food Group**

**Geacht personeel,**

Ook dit jaar kunt u van 1 t/m 30 november tegen een gereduceerde prijs aandelen van de Bell Food Group AG («Werknemersaandelen») kopen en daarmee direct betrokken zijn bij het bedrijf. Elke medewerker van de Bell Food Group kan tijdens de inschrijvingsperiode 1 tot maximaal 100 werknemersaandelen aanschaffen. De werknemersaandelen worden verkocht met een korting van 20% en een wachttijd van 4 jaar.

Op [myshares.bellfoodgroup.com](http://myshares.bellfoodgroup.com) vindt u:

- de toegang tot het aandelenportaal van de Bell Food Group, waarop u de aandelen kunt kopen (Inschrijving mogelijk vanaf 17 oktober 2022)
- alle informatie over het aandelenprogramma voor werknemers van dit jaar
- vanaf 1 november de koopprijs per werknemersaandeel

Op de aankoop van werknemersaandelen is de Regeling werknemersaandelen van toepassing.

Lorenz Wyss  
 CEO

Xavier Buro  
 CFO

Neem voor nadere informatie contact op met het aandelenregister van de Bell Food Group op:

Tel. +41 (0)58 326 2020 [share.registry@bellfoodgroup.com](mailto:share.registry@bellfoodgroup.com)



Een opleiding onder veranderende omstandigheden

# GOED BEGELEID IN HET BEROEPSLEVEN

Het is weer tijd voor felicitaties en verwelkomingen. 32 jongeren hebben al weer een paar weken hun diploma op zak. Ze kunnen zeer trots zijn op wat ze onder de bijzondere corona-omstandigheden hebben bereikt. Hun opvolgers hebben ook al hun eerste weken achter de rug. We wensen ze veel geluk voor de toekomst!

## De opleidingsverantwoordelijken hebben veel besprekingen gehad.

De vertrekende leerlingen van de Bell Food Group weten maar al te goed wat het betekent om een vak te leren onder de beperkingen van een pandemie. Des te meer reden voor hen om hun prestaties naar waarde te schatten. Strenge hygiënevoorschriften, digitale lessen op de beroepsschool en voor sommigen zelfs lange weken of maanden in het thuiskantoor. Ze hebben een buitengewone opleidingsperiode achter de rug. Hetzelfde geldt voor hun opleiders.

«Jongeren willen deel uitmaken van een groep, weg van huis zijn en soms eens een stapje te ver gaan», meent Andreas Begré, hoofd van de beroepsopleiding bij Bell in Zwitserland. «We hebben gemerkt dat veel hiervan niet of slechts in beperkte mate mogelijk was en dat belangrijke ontwikkelingsstappen voor de jongeren ontbraken.»

Voor degenen die verantwoordelijk waren voor de opleiding, betekende dit dat ze meer moesten

praten en zich zo intensief mogelijk met de leerlingen moesten bezighouden. Ondanks alle hindernissen heeft de Bell Food Group nu een lichter in het beroepsleven geïntroduceerd die qua functioneren op hetzelfde niveau staat als de afgestudeerden in de tijd vóór corona.

Ondertussen is de volgende groep jongeren begonnen. Deze groep zal waarschijnlijk meer uit haar opleidingsperiode halen dan haar voorgangers. Toch willen ze ook zo goed mogelijk begeleid worden bij hun eerste stappen in het beroepsleven. Uit een recente enquête onder leerlingen bij Bell in Zwitserland bleek wat de jongeren verwachten van hun opleiding.

«Jonge mensen van vandaag willen uitgedaagd worden en nuttig zijn. Ze willen verantwoordelijkheid dragen en samenkomen met gelijkgestemden, zelfs over de grenzen van beroepen en locaties heen», legt Andreas Begré uit. «Onze beroepsopleiders staan voor de uitdaging om zich aan deze behoeften aan te passen.»

Zo wordt ook van de opleiders gevraagd dat ze zich verder ontwikkelen en naast de rol van vakspecialisten ook de rol van coach op zich nemen, die de jongeren naargelang hun mogelijkheden begeleidt en voor hen als rolmodel optreedt.

«De opleidingsperiode is een tijd die vaak van invloed is op het hele beroepsleven», zegt Andreas Begré. «Als we onze leerlingen op dit pad goed begeleiden, kunnen we hun hele verdere carrière positief beïnvloeden.» • *mr*



## WE VERWELKOMEN

### BELL SCHWEIZ

- Levin Ibrahim**, automatiseringstechnicus EFZ, Bazel
- Sarah Schmidt**, duale studie bedrijfskunde/ personeelsmanagement, Bazel
- Raphael Brendel**, ICT-specialist, Bazel
- Valerio Apostolo**, informaticus applicatieontwikkeling EFZ, Bazel
- Anna-Lehna Grittke**, duale studie bedrijfsinformatica/ application management, Bazel
- Moritz Höft**, duale studie bedrijfsinformatica/ application management, Bazel
- Almina Bosnic**, verkoopster EFZ, Bazel
- Egzona Dermaku**, verkoopster EFZ, Bazel
- Monica Fankhauser**, kantoorassistent EBA, Bazel
- Nuno Miguel Balmer**, voedingstechnoloog EFZ, Bazel
- David Cubas**, slager FEZ, Bazel
- Michael Gerber**, slager FEZ, Bazel
- Maksym Vanzhula**, logistiek medewerker EFZ, Oensingen
- Michèle Schärer**, logistiek medewerkster EFZ, Oensingen
- Aldin Ljaljic**, voedingstechnoloog EFZ, Oensingen
- Anna Piaseczna**, voedingsdeskundige EBA, Oensingen
- Ermias Tesfagabr**, productiemonteur EFZ, Oensingen
- Mike Allemann**, productiemonteur EFZ, Oensingen
- Sheena Oriare**, slager EFZ, Oensingen
- Fawad Haidari**, assistent-slager EBA, Oensingen
- Christian Savoldi**, assistent-slager EBA, Oensingen
- Abdullah Jalali**, specialist operationeel onderhoud EFZ, Zell
- Patrick Bartsch**, productiemonteur EFZ, Zell
- Nikola Stoilov**, voedingstechnoloog EFZ, Zell
- Michael Frey**, slager gevogelte EFZ, Zell
- Josephine Weber**, logistiek medewerkster EFZ, Zell

### BELL DEUTSCHLAND

- Dörte Propp**, industrieel bediende, Seevetal
- Sebastian Schütz**, machine- en installatiebeheerder, Harkebrügge
- Elias Wagner**, industrieel monteur, Harkebrügge
- Lisa Jürgensen**, industrieel bediende, Seevetal
- Jonas Meyer**, machine- en installatiebeheerder, Harkebrügge

### HILCONA

- Frieda Sylvester**, verkoopster EFZ, Schaan
- Riccardo Licci**, verkoper EFZ, Schaan
- Ivo Bucher**, voedingstechnoloog EFZ, Schaan
- Davide Zicchillo**, logistiek medewerker EFZ, Schaan
- Zsombor Lengyuel**, logistiek medewerker EFZ, Schaan
- Bruna Pereira**, voedingsdeskundige EFZ, Landquart
- Joel Brotzer**, logistiek medewerker EFZ, Landquart

### HÜGLI SCHWEIZ

- Joanna Rusin**, verkoopster EFZ, Steinach
- Petar Pasuljanovic**, verkoper EFZ, Steinach
- Nina Ruckstuhl**, voedingstechnologe EFZ, Steinach
- Manuel Taddio**, voedingstechnoloog EFZ, Steinach
- Mia Lagnel**, voedingstechnologe EFZ, St. Gallen
- Dylan Rubino**, logistiek medewerker EFZ, Steinach

### EISBERG ZWITSERLAND

- Gino Hübscher**, voedingstechnoloog EFZ, Dällikon

# GEFELICITEERD!



## BELL SCHWEIZ

- Janjira Suwanthong**, verkoopster EFZ, Bazel
- Paul-Philippe Wortmann**, informaticus EFZ, Bazel
- Betim Aliu**, slager EFZ, Bazel
- Lukas Haurin**, slager EFZ, Bazel (ontbreekt op de foto)
- Gian Knoepfli**, slager EFZ, Bazel
- Antonio Nedeski**, slager EFZ, Bazel
- Faizullah Asinzai**, assistent-slager EBA, Bazel (ontbreekt op de foto)
- Blagojce Stojanoski**, assistent-slager EBA, Bazel
- Luca Petersen**, automatiseringstechnicus EFZ, Bazel
- Fesnike Rushiti**, voedingstechnologe EFZ, Bazel
- Marko Bahor**, kok EFZ, Bazel
- Philippe Cattin**, specialist operationeel onderhoud EFZ, Bazel
- Raphael Meier**, slager gevogelte EFZ, Zell
- Lorena Shelb**, duale studie bedrijfskunde/personneelsmanagement, Bazel

## BELL DEUTSCHLAND

- Lennart Jaspers**, specialist voedingstechniek, Edewecht
- Robin Thurm**, duale studie BWL, Seevetal
- Dominik Siemer**, industrieel bediende, Seevetal
- Mostafa Azimi**, elektronicus voor industriële techniek, Harkebrügge (ontbreekt op de foto)

## HILCONA

- Veronika Watzke**, verkoopster EFZ, Schaan (ontbreekt op de foto)
- Francisco Fernandez Alvite**, logistiek medewerker EFZ, Schaan
- Lars Meier**, voedingstechnoloog EFZ, Schaan
- Lorin Murk**, voedingstechnoloog EFZ, Schaan
- Dominic Dürr**, voedingsdeskundige EBA, Schaan
- Ilias Theodorakoudis**, voedingsdeskundige EBA, Schaan
- Hatice Kocatas**, installatiebeheerder EFZ, Schaan
- André Alves Apolinario**, installatiebeheerder EFZ, Orbe (ontbreekt op de foto)

## HÜGLI

- Lara Brunner**, verkoopster EFZ, Steinach
- Jordan Sutter**, verkoper EFZ, Steinach
- Jack Stepke**, logistiek medewerker EFZ, Steinach
- Patric Graf**, voedingstechnoloog EFZ, Steinach
- Christian Rolle**, voedingstechnoloog EFZ, Steinach
- Sebastian Sabol**, voedingsdeskundige EBA, Steinach





Deze werknemers van Eisberg  
Zwitserland in Dällikon zijn de  
sterren van de voorpagina:

bovenste rij v.l.n.r.:

**Agnes Dahlhausen** (Duitsland)  
Hoofd productie groenten en fruit

**Andreas Lehmann** (Duitsland)  
Key User CSB productie en magazijn

**Pensri Turakit Beck** (Thailand)  
Werknemer productie schalen

onderste rij v.l.n.r.:

**Natalia Bonifacio Paulo** (Portugal)  
Werknemer productie schalen

**Bess Nnaedu Chibuogwu** (Nigeria)  
Werknemer productie schalen

**Diego Bruno** (Zwitserland)  
Levensmiddelentechnoloog in opleiding

**Kateryna Kravchenko** (Oekraïne)  
Werknemer productie schalen

De Bell Food Group groeit internationaal  
steeds meer naar elkaar toe

# De hele wereld in één groep

*Met vestigingen in 15 landen, werknemers uit bijna 100 naties en  
meer dan 50 exportmarkten is de Bell Food Group al jaren internationaal  
goed gepositioneerd. Hoe de teams deze «internationaliteit» ervaren  
en met succes gebruiken in hun dagelijks werk, wordt in dit  
«Look!»-nummer aan de hand van enkele voorbeelden getoond. • mr*



## Hügli en Eisberg Samen een verschil maken



De kwaliteit van het afvalwater in de zuiveringsinstallatie van Brivio is verbeterd.

Een goed voorbeeld van niet alleen grensoverschrijdende, maar ook groepsoverkoepelende samenwerking is de Hügli-vestiging in Brivio in Noord-Italië – of beter gezegd de afvalwaterzuiveringsinstallatie. De onvoldoende zuivering van het afvalwater veroorzaakte al lange tijd problemen. Enerzijds veroorzaakte het hoge kosten, anderzijds was het vanuit milieuoogpunt niet meer van deze tijd.

De vestiging kreeg hulp van een Eisberg-collega die verantwoordelijk is voor de exploitatie van de hoogwaardige afvalwaterzuiveringsinstallatie in Dällikon, Zwitserland. «Tijdens zijn bezoek aan Italië heeft Kornel Eggenschwiler ons probleem met veel passie en ervaring aangepakt», vertelt Andreas Höllmann, projectmanager Operational Services & Engineering Operations bij Hügli. «Kort daarna konden wij, dankzij zijn steun, de eerste stappen zetten om de doeltreffendheid van de afvalwaterzuivering te verbeteren.»

De goede samenwerking tussen de twee zusterbedrijven in Brivio heeft nu al effect: De hoeveelheid afvalwater is afgenomen en de kwaliteit is toegenomen. Nu zal gezamenlijk worden bepaald in hoeverre verdere verbeteringsmaatregelen noodzakelijk zijn.

Bell Deutschland en Bell Spanje

## ¡Hola! uit Spanje

Javier Castillo snijdt al ham zolang hij zich kan herinneren. Want in zijn geboortestreek, de Spaanse streek Extremadura, ligt in bijna elke keuken een Iberico-ham klaar om gesneden te worden.

Vandaag de dag is de gediplomeerde ingenieur in de voedingsindustrie een verkoopvertegenwoordiger voor Bell España. Het multi-talent heeft ook vaak de rol van Serrano-ambassadeur voor Bell Deutschland op beurzen op zich genomen.

Dit voorjaar verscheen hij in deze rol zelfs voor de camera. Voor enkele social media-spots demonstreerde hij niet alleen zijn grote deskundigheid, maar ook zijn kennis van het Duits.

«Bell Deutschland is een belangrijke partner voor ons in Spanje, dus ik was blij dat ik de tijd kon nemen

om onze Serrano-producten uit te leggen», zegt Javier Castillo.

Het resultaat: verschillende clips waarin de 38-jarige de wereld van Serranos op een vriendelijke manier uitlegt met een vriendelijk ¡Hola! als begroeting. Ze zijn te zien op de Abraham-kanalen, Instagram en Facebook, en op de website van Abraham.

**Javier Castillo stond voor de camera als Serrano-ambassadeur.**



[www.abraham.de/serrano](http://www.abraham.de/serrano)



Interview met drie Hügli-buitendienstmedewerkers

## De opkomende chefs hebben internationale smaken in de mond



Jean-Philippe Yannic is verkoopleider bij Hügli in de regio Zuid-West en behartigt ook de Franse markt.



André Steinmann is de contactpersoon van Hügli in Zwitserland voor klanten tussen Basel en Bern.



Björn Stib is onderafdelingshoofd voor de zuidwestelijke regio in het zuidelijke Zwarte Woud.

### Welke rol speelt internationaliteit in uw dagelijks werk?

**Björn Stib:** In mijn regio in het zuidelijke Zwarte Woud hebben we naast de traditionele restaurants ook veel internationale restaurants. Maar er kan gezegd worden dat alle koks op dezelfde manier werken. De ene is wat meer gesloten, de andere wat meer open. Maar dat heeft meer te maken met de generatie dan met de nationaliteit.

**André Steinmann:** In mijn grensstreek in het noorden van Zwitserland werk ik met meer Duitse en Franse dan Zwitserse koks. Dat maakt mij niet uit, het zijn allemaal vrienden. Het voordeel bij de Duitse koks is echter dat zij Hügli vaak al kennen van hun tijd in Duitsland.

### Hoe internationaal is de nieuwe generatie chefs?

**Jean-Philippe Yannic:** Veel van de opkomende chefs die wij begeleiden, hebben eerder in verschillende landen over de hele wereld gewerkt. Zij hebben een totaal verschillende smaak in de mond en dus ook verschillende eisen voor onze producten.

**Björn Stib:** De jongeren experimenteren graag en proberen dingen uit, terwijl de oudere generatie in het begin wat sceptischer tegenover ons staat.

Maar er is voor elk wat wils in ons productaanbod. Zo kunnen we bijvoorbeeld het merk Bresc onder de aandacht brengen, dat voor ons een deuropener is geworden bij vele restauranthouders.

### Past u zichzelf of uw aanbod speciaal aan klanten van verschillende nationaliteiten aan?

**André Steinmann:** Elke klant is anders, en je moet je daar altijd individueel aan aanpassen. Ik werk bijvoorbeeld met een paar Turkse restaurants in Basel, waar het vaak draait om schouderklopjes en familiebanden. Veel mensen noemen me niet langer André, maar papa. Dat is iets bijzonders.

**Jean-Philippe Yannic:** Een voorbeeld van aanpassingen op productgebied is ons biologisch assortiment. Toen we hier vier jaar geleden in Frankrijk mee begonnen, beseften we al snel dat Franse chefs andere eisen stellen op het gebied van smaak en consistentie. De recepten die daardoor werden aangepast, raakten vervolgens op alle markten ingeburgerd omdat zij ook elders onze klanten overtuigden.



Het CSB-team

## Duiken in andere culturen

Telkens wanneer er een probleem is met de software voor resourceplanning «CSB», wordt het elfkoppige team rond Peter Ettrich gevraagd. Met zijn hoofdkantoor in Bazel en filialen in Hongarije en Oostenrijk bedient het meer dan 1000 gebruikers in Spanje, Duitsland, Polen, Hongarije, Oostenrijk, Roemenië en Zwitserland.

«Internationaliteit betekent voor ons ook dat we ons verdiepen in andere culturen, mentaliteiten en, last but not least, wetgevingen», meldt Peter Ettrich, Head of DevOps Center CSB. «Als u bijvoorbeeld veel in Oost-Europa reist, merkt u al snel hoe betrekkelijk eenvoudig de Zwitserse belastingwetgeving is.»

Hoewel de kennis van het Engels in de Bell Food Group wijdverbreid is, moeten ook taalbarrières van tijd tot tijd worden overwonnen. Het is goed dat het team zelf

internationaal is en problemen in het Spaans of Hongaars kan oplossen.

«Een ander groot verschil met de Zwitserse vestigingen is dat we niet zomaar persoonlijk langs kunnen gaan als er bijvoorbeeld problemen zijn met het systeem in een productie-eenheid in Roemenië», zegt Peter Ettrich.

Het is daarom zeer nuttig dat de CSB-specialisten extern verbinding kunnen maken met alle computers in de Bell Food Group. Afspraken ter plaatse zijn natuurlijk ook mogelijk, als dat zinvol is. «Dat zijn altijd goede gelegenheden om meer te weten te komen over de landen en de mensen waarmee wij werken», zegt Peter Ettrich.



**Peter Ettrich**  
Head of DevOps Center CSB  
bij de IT Bell Food Group

Bell Schweiz

## Naar Harkebrügge om Duits te leren



**Yannik Wettlé**  
Procesleider schoonmaak,  
Bell Basel

Toen Yannik Wettlé in 2003 bij Bell in Zwitserland op de afdeling ham- en vleeswarenverpakking begon, was zijn gebrek aan Duitse talenkennis nog geen probleem omdat hij in een volledig Franstalig team werkte. Maar voor een nieuwe functie die hij een paar jaar later nastreefde, was het noodzakelijk zijn Duits bij te schaven.

Zijn toenmalige afdelingshoofd vond de oplossing. «In overleg met de directie en HR organiseerde hij in 2018 voor mij een verblijf van zeven weken bij Bell Deutschland in Harkebrügge.»

### «Rechtstreeks van de theorie naar de praktijk.»

Naast een intensieve cursus kon hij zich ook in de taal verdiepen terwijl hij bij het bedrijf werkte. «Zo kreeg ik de kans om rechtstreeks van de theorie naar de praktijk te gaan. De teamleden waren allemaal erg open en hielpen me toen ik moeite had om me in het Duits uit te drukken.»

Op die manier kon de huidige procesleider schoonmaak van het hoofdkantoor in Basel zijn taalniveau aanzienlijk verbeteren. Wie zich in een soortgelijke situatie als de zijne bevindt, raadt hij aan contact op te nemen met zijn afdelingshoofd of een personeelsfunctionaris om een oplossing te vinden.

Het moet niet altijd gaan om een verblijf in het buitenland. Interne cursussen op uw eigen vestiging, zoals de cursussen die door Bell Schweiz worden aangeboden, kunnen uw taalvaardigheid ook verbeteren. «Ik heb ook geleerd dat je niet bang moet zijn om te oefenen, om fouten te maken of om te zeggen dat je iets niet begrepen hebt.»



Eisberg Oostenrijk

## Vlaggenschipproject toont zijn potentieel

Hoe boort u vanuit het niets een internationale markt aan? Eisberg weet het antwoord. In september 2017 werd in Marchtrenk de eerste spade in de grond gestoken voor het eerste productiebedrijf in Oostenrijk. Vandaag, vijf jaar later, zijn de vier productiehallen op de site van 24 000 m<sup>2</sup> uitgerust met de modernste sterk geautomatiseerde apparatuur – en de veelbelovende vooruitzichten voor markttoegang zijn bevestigd.

De ligging van de vestiging in het hart van Europa is ideaal voor het werken met plaatselijke leveranciers vanwege de korte leveringsroutes. Bovendien bieden de Oostenrijkse en de aangrenzende Duitse markten veel groeimogelijkheden voor de sla-experts. En zo levert Eisberg Oostenrijk nu vanuit onder meer Marchtrenk aan talrijke detailhandelaren in beide landen.

Bovendien zijn Transgourmet en Hilcona, leden van de Bell Food Group, ook klanten van de vestiging. «De intrede in Oostenrijk was een mijlpaal in de

geschiedenis van Eisberg», meldt Franco Mühlgrabner, bedrijfsleider van Eisberg Oostenrijk. «Dat is onder meer te danken aan het feit dat voor het eerst in de geschiedenis van de Bell Food Group verschillende merken en productassortimenten onder één dak zijn gebundeld.»

De eerste stappen op de nieuwe markt zijn dus gezet. Binnenkort zullen er nog meer volgen – waaronder een hoogwaardige installatie voor de productie van kant-en-klare kipproducten.



**Franco Mühlgrabner**  
Bedrijfsleider  
Eisberg Oostenrijk

Bell Food Group

## Waar internationaliteit dagelijkse kost is

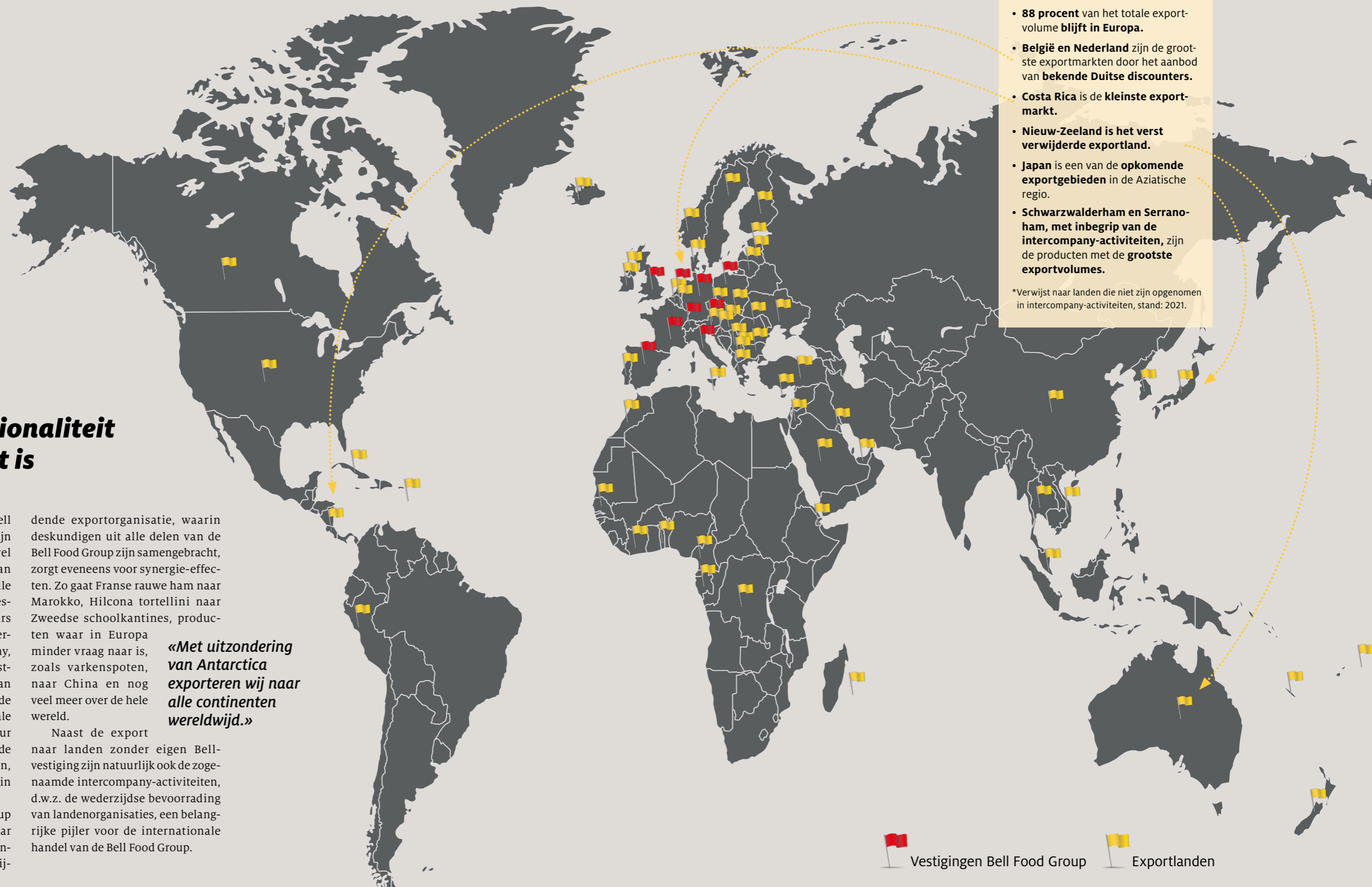
Als er één afdeling is binnen de Bell Food Group dat bekend staat om zijn internationaliteit, dan is het wel de export. «Met uitzondering van Antarctica exporteren wij naar alle continenten wereldwijd. In de meeste landen werken we met importeurs of rechtstreeks met lokale supermarktketens», zegt Daniel Böhny, hoofd afdeling Bell West- & Oost-Europa, en Stefano Bianchi, CEO van Bell Frankrijk, vult aan: «Bekende voorbeelden van onze internationale detailhandelsklanten zijn Carrefour en Auchan, aan wie wij leveren in de Franse overzeese departementen, alsook Costco in Canada en Kesko in Finland.»

Daarbij past de Bell Food Group zich flexibel aan de wensen van haar buitenlandse klanten aan. De samenstelling van de sectoroverschrij-

dende exportorganisatie, waarin deskundigen uit alle delen van de Bell Food Group zijn samengebracht, zorgt eveneens voor synergie-effecten. Zo gaat Franse rauwe ham naar Marokko, Hilcona tortellini naar Zweedse schoolkantines, producten waar in Europa minder vraag naar is, zoals varkenspoten, naar China en nog veel meer over de hele wereld.

Naast de export naar landen zonder eigen Bell-vestiging zijn natuurlijk ook de zogenaamde intercompany-activiteiten, d.w.z. de wederzijdse bevoorrading van landenorganisaties, een belangrijke pijler voor de internationale handel van de Bell Food Group.



**«Met uitzondering van Antarctica exporteren wij naar alle continenten wereldwijd.»**



### Opwindende exportfeiten van de Bell Food Group\*

- De groep exporteert naar **meer dan 50 landen wereldwijd**.
- **88 procent** van het totale exportvolume **blijft in Europa**.
- **België en Nederland** zijn de grootste exportmarkten door het aanbod van **bekende Duitse discounters**.
- **Costa Rica** is de **kleinste exportmarkt**.
- **Nieuw-Zeeland** is het **verst verwijderde exportland**.
- **Japan** is een van de **opkomende exportgebieden** in de Aziatische regio.
- **Schwarzwalderham en Serranoham**, met inbegrip van de **intercompany-activiteiten**, zijn de producten met de **grootste exportvolumes**.

\*Verwijst naar landen die niet zijn opgenomen in intercompany-activiteiten, stand: 2021.

 Vestigingen Bell Food Group  Exportlanden

## We feliciteren en nemen afscheid

Dienstjubilea en pensioenen van september tot november 2022

Bell Schweiz

### 20 jaar dienst

**Carlos De Carvalho Lopes**, 1 juli, Geiser, Schlieren (*aanvulling*)  
**Trashe Rrasi**, 22 juli, Geiser, Schlieren (*aanvulling*)  
**Dossè Bossou**, 1 september, Bell Schweiz, Bazel  
**Pascal Didier**, 1 september, Bell Schweiz, Bazel  
**Guy Eigenmann**, 1 september, Bell Schweiz, Bazel  
**Hizir Kücükgörmez**, 1 september, Bell Schweiz, Bazel  
**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, Bazel  
**Raveendran Narayanapillai**, 1 november, Bell Schweiz, Oensingen  
**Konrad Oertle**, 1 november, Bell Schweiz, Gossau  
**Valérie Unternaehrer**, 1 november, Bell Schweiz, Bazel  
**Hasime Berisha**, 4 november, Bell Schweiz, Oensingen  
**Léoncino Patrick Picot**, 11 november, Bell Schweiz, Bazel

### 25 jaar dienst

**Christine Schlatter**, 1 september, Bell Schweiz, Bazel  
**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, Bazel

### 30 jaar dienst

**Philippe Lieby**, 1 oktober, Bell Schweiz, Bazel  
**Ivan Fischer**, 1 november, Bell Schweiz, Bazel

### 35 jaar dienst

**Marcel Berger**, 1 oktober, Bell Schweiz, Gossau  
**Hamid Boudechicha**, 1 oktober, Bell Schweiz, Bazel  
**Teresa Penas-Mendez**, 1 oktober, Bell Schweiz, Bazel  
**Patrick Bubendorff**, 5 oktober, Bell Schweiz, Bazel  
**Marie-Chantal Gracyasz**, 1 november, Bell Schweiz, Bazel  
**Clotilde Pehlic**, 1 november, Bell Schweiz, Bazel

### Met pensioen

**Jasna Popijac Xhigoli**, 30 september, Bell Schweiz, Oensingen  
**Shake Lokaj**, 30 november, Bell Schweiz, Gossau

### Met vervroegd pensioen

**Nafije Avdiu-Sylejmani**, 31 juli, Bell Schweiz, Oensingen (*aanvulling*)  
**William Ritt**, 31 juli, Bell Schweiz, Bazel (*aanvulling*)  
**Isabelle Lancelot**, 30 september, Bell Schweiz, Bazel  
**Kurt Fuhrmann**, 31 oktober, Bell Schweiz, Oensingen  
**Divna Ilic**, 31 oktober, Bell Schweiz, Zell  
**Francois Vidale**, 31 oktober, Bell Schweiz, Bazel  
**Christian Fontaine**, 30 november, Bell Schweiz, Bazel  
**Joachim Grinan**, 30 november, Bell Schweiz, Bazel  
**Dany Sutterlin**, 30 november, Bell Schweiz, Bazel

### We nemen afscheid

**Pascal Figenwald**, 10 juni, Bell Schweiz AG, Bazel  
**Radoine Boufelaas**, 20 juni, Bell Schweiz AG, Bazel

Bell International

### 20 jaar dienst

**Christian Launer**, 2 september, Hubers Landhendl, 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 jaar dienst

**Diana Stöfhase**, 4 september, Bell Deutschland, Harkebrügge  
**Bianca Plaggenborg**, 1 oktober, Bell Deutschland, Harkebrügge

### 30 jaar dienst

**Quoc Minh Ngo**, 9 oktober, Bell Deutschland, Edewecht  
**Gordana Krstic**, 19 oktober, Hubers Landhendl, Pfaffstätt

### 35 jaar dienst

**Gerlinde Reichinger**, 1 september, Hubers Landhendl, Pfaffstätt  
**Brigitte Bruns**, 12 november, Bell Deutschland, Harkebrügge  
**Manfred Olling**, 24 november, Bell Deutschland, Edewecht

### Met pensioen

**Joelle Broche**, 30 oktober, Bell Frankrijk, Aime  
**Yves Theveneau**, 31 oktober, Bell Frankrijk, Teilhède

### We nemen afscheid

**Ameti Hajri**, 13 maart, Süddeutsche Truthahn, Ampfing  
**Antal Nemeth**, 5 mei, Süddeutsche Truthahn, Ampfing  
**Stefan Faschang**, 18 juni, Frisch Express, Pfaffstätt

Eisberg

### 20 jaar dienst

**José Antonio Costa**, 16 september, Eisberg Zwitserland, Dällikon (Feldhof)  
**Güley Ikizer**, 1 oktober, Eisberg Zwitserland, Dällikon (Feldhof)  
**Nicoleta Scarlat**, 1 oktober, Eisberg Roemenië, Pantelimon  
**Nicolas Pointurier**, 14 oktober, Sylvain & CO, Essert-sous-Champvent  
**Roselyne Pasteur**, 11 november, Sylvain & CO, Essert-sous-Champvent

### 25 jaar dienst

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

### 35 jaar dienst

**Maria Ramos Santinha Marques**, 1 september, Eisberg Zwitserland, Dällikon (Feldhof)

Hilcona

**25 jaar dienst**

**Alexander Erhardt**, 16 december, HFC, Bad Wünnenberg

**Met pensioen**

**Heinrich Lohre**, 31 august, HFC, Bad Wünnenberg (*aanvulling*)

Hügli

**20 jaar dienst**

**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 jaar dienst**

**Rute Pintado**, 1 september, Hügli, Radolfzell

**Holger Grundmann**, 6 oktober, Hügli, Radolfzell

**35 jaar dienst**

**Yvonne Stocker**, 1 november, Hügli, Radolfzell

**Met pensioen**

**Hans-Joachim Haug**, 31 mei, Hügli Deutschland, Radolfzell (*aanvulling*)

**Jarmila Dědková**, 31 juli, Hügli Tsjechië, Zásmuky (*aanvulling*)

**Luisa Eichler**, 31 juli, Hügli Deutschland, Radolfzell (*aanvulling*)

**Nikolaus Hubert**, 31 juli, Hügli Deutschland, Radolfzell (*aanvulling*)

**Lilli Zimbelmann**, 31 juli, Inter-Planing, Langenhaslach (*aanvulling*)

**Brian Dugmore**, 26 august, Hügli Engeland, Redditch (*aanvulling*)

**Heinz Walther**, 30 september, Hügli Deutschland, Radolfzell

**Play &  
Win!**

Wedstrijd

PLAY AND WIN

# Wedstrijdvraag

Welk NATUCO-product wordt hier bedoeld?



**We geven tien proefpakketten van NATUCO weg.**

Meer over NATUCO op pagina 29.

**De uiterste datum voor deelname is 27 januari 2023**

Stuur de oplossing samen met uw naam, uw (vroegere) werkplek en werkgever naar [info@natuco.bio](mailto:info@natuco.bio)

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

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



Op weg naar een klimaatneutrale organisatie

# Ons doel bereiken met een solide wetenschappelijke basis

De Bell Food Group heeft zichzelf ambitieuze doelen gesteld op het gebied van duurzaamheid. Zo wil ze haar CO<sub>2</sub>-emissies de komende jaren steeds verder terugdringen, met de visie om tegen 2050 klimaatneutraal te zijn in de hele toeleveringsketen. Om dit plan in de praktijk te brengen, wordt het gestuurd door wetenschappelijk onderbouwde doelen.

28 juli was dit jaar de Earth Overshoot Day. Dit is de berekende dag waarop mensen wereldwijd de natuurlijke hulpbronnen die de aarde voor een jaar beschikbaar heeft, hebben opgebruikt.

## De gevolgen van de overbelasting van de aarde zijn algemeen bekend.

De gevolgen van dit overmatig gebruik zijn waarschijnlijk bij iedereen bekend: deze variëren van klimaatverandering en de vermindering van de biodiversiteit tot een wereldwijde strijd om voedsel.

Om de ecologische voetafdruk te verkleinen en de wereld als een leefbare plaats voor toekomstige generaties te behouden, vinden milieubeschermingsorganisa-

ties niet alleen dat politici, maar vooral ook bedrijven verplicht zijn om hier iets aan te doen.

De Bell Food Group is zich bewust van haar verantwoordelijkheid op dit gebied. Het bedrijf houdt zich al jaren met dit onderwerp bezig en heeft zijn streven naar meer duurzaamheid in zijn missie opgenomen.

«Bij de ontwikkeling van maatregelen voor meer milieu- en klimaatbescherming hebben we ons sinds de goedkeuring van de duurzaamheidsstrategie 2026+ laten leiden door de doelstellingen van het Akkoord van Parijs. Het «Science Based Targets initiative» heeft deze doelstellingen voor bedrijven gedefinieerd», legt Samuel Widmer, projectleider in de duurzaamheidsafdeling van de Bell Food Group, uit. «Coop heeft zich bij dit initiatief aangesloten en heeft zich ertoe verbonden



om zijn eigen wetenschappelijk onderbouwde klimaatdoelstellingen vast te stellen. Als lid van de Coop Group is deze overeenkomst ook van toepassing op de Bell Food Group.»

Het initiatief, kortweg «SBTi» genoemd, ondersteunt bedrijven bij het terugdringen van hun emissies op basis van wetenschappelijk onderbouwde bevindingen. Op die manier kunnen ze tegelijkertijd bijdragen tot de strijd tegen de opwarming van de aarde en hun concurrentievermogen vergroten bij de overgang naar een koolstofarme economie.

De doelen worden als «wetenschappelijk onderbouwd» beschouwd als ze de huidige stand van het klimaatonderzoek volgen om de opwarming van de aarde te beperken tot 1,5 graden Celsius boven het pre-industriële niveau, zoals overeengekomen in het Akkoord van Parijs.

Op basis hiervan heeft de Bell Food Group in zijn herziene duurzaamheidsstrategie, die onlangs werd goedgekeurd, specifieke doelstellingen voor de komende jaren vastgesteld.

Dit houdt onder meer in dat de operationele broeikasgasemissies van de zogenoemde scopes 1 en 2 tegen 2026 met 21 procent moeten worden verminderd. Het gaat hierbij zowel om directe emissies, bijvoorbeeld bij de productie, als om indirecte emissies, die onder meer worden veroorzaakt door de partners bij de energievoorziening.

## De reductie van emissies staat op de voorgrond.



De emissie categorieën

## Tijdschema voor de reductie van de broeikasgasemissies van Bell Food Group

### Tegen 2026

Reductie van operationele broeikasgasemissies van scope 1 en 2 met 21 procent

### Tegen 2035

Visie: Klimaatneutraliteit in het bedrijf voor scope 1 en 2

### Tegen 2050

Visie: Klimaatneutraliteit in het bedrijf voor scope 1, 2 en 3



«Om dit doel te bereiken, zullen we onder meer streven naar vermindering en verhoging van de efficiëntie van ons energieverbruik. Dit gebeurt bijvoorbeeld door het terugwinnen van afval- en proceswarmte in productiefaciliteiten», meldt Samuel Widmer. «Bovendien zullen we steeds meer afstand doen van fossiele brandstoffen als energiebron, bijvoorbeeld door zelf energie op te wekken met fotovoltaïsche of biogasinstallaties.»

Bovendien streeft de Bell Food Group naar «klimaatneutraliteit in de bedrijfsvoering» voor scope 1 en 2 tegen 2035. Het doel is om waar mogelijk vermijdbare koolstofdioxide te reduceren, in plaats van deze te compenseren door klimaatbeschermingsprojecten te steunen.

«Als eerste stap moeten we onze CO<sub>2</sub>-voetafdruk volledig berekenen volgens de normen van het Greenhouse Gas Protocol en het SBTi», zegt Roger Peier, Projectleider Duurzaamheid bij de Bell Food Group. «Op basis van de resultaten kunnen we met de hulp van onze eigen en externe deskundigen het optimalisatiepotentieel vaststellen en de bijbehorende maatregelen afleiden. De deelname van alle werknemers is zeer belangrijk bij de uitvoering van de projecten.»

Tegen 2050 moet de Bell Food Group klimaatneutraal zijn in de hele toeleveringsketen. Dit omvat ook de diverse emissies van scope 3, die bijvoorbeeld ontstaan in de voorafgaande landbouwproductie en logistiek.

«Door ons bedrijfsmodel zijn er aanzienlijk hogere emissies in scope 3 dan in onze eigen

bedrijfsprocessen», legt Basil Mörikofer, Projectleider Duurzaamheid bij Bell Food Group, uit. «Aangezien deze emissies niet binnen onze onmiddellijke invloedssfeer liggen, vormen zowel de analyse als de daaropvolgende reductie een grote uitdaging.»

Onder andere projecten in de geïntegreerde productie kunnen tot de gewenste resultaten leiden. Zo is de bedrijfsgroep van plan om meer pluimveestallen te bouwen volgens de energie-efficiënte BTS-plus-norm. De verantwoordelijken werken ook aan nieuwe oplossingen, bijvoorbeeld om de methaanuitstoot door rundvee te verminderen. Ook op het gebied van logistiek wordt samen met de partners gezocht naar ideeën voor een duurzamer transport van goederen.

De Bell Food Group is dan ook een van de bedrijven die de koers hebben uitgezet naar meer milieuen klimaatbescherming. Mogen we er met zijn allen in slagen om «Earth Overshoot Day» in de komende jaren naar een steeds latere datum te verplaatsen. • *mr*

**«Bij de uitvoering van de projecten staan de werknemers centraal.»**



NATUCO: het nieuwe biomerkt van Hügli

# Snel koken dat gewoon goed voelt



*Aan de familietafel, bij een etentje met vrienden of voor een gezellige avond met z'n tweeën: NATUCO is het hedendaagse antwoord op snel koken. Eerlijke ingrediënten van de beste biologische kwaliteit wekken de eetlust op voor een gezonde en duurzame voeding.*

**NATUCO is reeds regionaal vertegenwoordigd bij V-Markt, EDEKA en Spar.**

Biologisch voedsel is erg populair. De vraag blijft onverminderd groot en zal naar verwachting de komende jaren verder toenemen. Consumenten besteden steeds meer aandacht aan een bewuste en gezonde voeding en selecteren hun producten specifiek op basis van deze criteria. In het boodschappenmandje landen dan ook steeds vaker

duurzaam geproduceerde levensmiddelen met gezonde ingrediënten die de consument een goed gevoel geven voor zichzelf en het milieu. Voorbij zijn de dagen dat biologisch als een niche werd beschouwd en er voor biologisch kwaliteitsvoedsel naar de gespecialiseerde natuurvoedingswinkel moest worden gegaan. Het merk Hügli Natur Compagnie, biologische pionier en marktleider voor droge convenienceproducten in de gespecialiseerde handel, houdt rekening met deze ontwikkeling. Onder de nieuwe merknaam NATUCO brengt het bedrijf soepen, kruidenmengsels, sauzen en bouillons van de hoogste biologische kwaliteit in de supermarkten als een belangrijk alternatief voor de conventionele concurrentie in de categorie droge convenience.

«De eerste successen die wij reeds hebben behaald, zijn regionale listings bij V-Markt in Beieren en bij EDEKA Südwest in Duitsland, alsook bij Spar in Oostenrijk. Bovendien zijn de producten ook verkrijgbaar in regionale REWE-winkels», verheugt Hügli brand manager Bianca Reutebuch zich over de succesvolle lancering.



**LATEN WE BETER ETEN.**



### Verscheidenheid voor elke dag en elke smaak

Het NATUCO-recept staat voor de beste ingrediënten, een snelle bereiding en een intense smaakbeleving zonder een schuldig geweten. Met alle topverkopers in de categorie en moderne favorieten, spreekt het assortiment zowel kleine als grote fijnproevers aan.

De favoriete alfabetsoep van kinderen maakt net zo goed deel uit van het assortiment droge convenience als andere soepklassiekers. Dit zijn onder andere tomaten-, pompoen- en kippensoep. Elf verschillende kruidenmixen, zoals spaghetti bolognese, chilli con carne en gratineerde zalmcrème, zorgen voor een authentieke smaak in vaste gerechten. Deze worden aangevuld met gnocchi-groentenpan en ovingroenten voor de vegetarische keuken.

Een brede selectie van verschillende sauzen vult het NATUCO-assortiment aan, van roomsaus tot hollandaisesaus en kerriesaus, er is een keuze voor elke smaak. Groente-, kippen- en runderbouillon worden aangeboden in blokjes en in potten. Voor het komende jaar zijn nog meer producten in de afdeling gerechten in potjes gepland.

### Goed voor het milieu

Alle grondstoffen die in de NATUCO-producten worden gebruikt, zijn afkomstig van ecologisch gecontroleerde teelt. De zorgzame omgang met het milieu is niet alleen voelbaar in een intense smaakbeleving, maar toont zijn effect ook heel concreet in de natuur.

Dankzij de biologische landbouw en de regeneratiefasen krijgen de bewerkte bodems de tijd om zich te herstellen. Door geen pesticiden te gebruiken, wordt de habitat van nuttige insecten beschermd.

Een diervriendelijke veehouderij is gericht op harmonie met het oorspronkelijke gedrag en de oorspronkelijke habitat van de dieren. Maar het is niet alleen wat er in NATUCO zit dat indrukwekkend is. Ook alles eromheen ziet er goed uit. Plastic wordt zoveel mogelijk vermeden in de verpakking. De trays van de producten zijn gemaakt van tot 100% gerecycleerd papier en de verpakking is ontworpen om optimaal recycleerbaar te zijn via afvalscheiding. Tegen 2025 moeten alle verpakkingen 100% recycleerbaar zijn.

**Tegen 2025 moeten alle verpakkingen 100% recycleerbaar zijn.**



### ECHT BIOLOGISCH

Met 20 jaar biologische expertise biedt NATUCO een geloofwaardig bio-assortiment. We gebruiken ingrediënten uit de biologische landbouw voor een evenwichtige en duurzame voeding.

### DE BESTE SMAAK

NATUCO is niet alleen lekker, maar biedt de beste smaak – en een goed gevoel – met eerlijke ingrediënten en zonder kunstmatige toevoegingen.



### KLIMAAT-NEUTRAAL

NATUCO beperkt de uitstoot tot een minimum door efficiënte en duurzame productie en creëert compensaties voor de nog geproduceerde uitstoot. NATUCO is dus 100% klimaatneutraal.



### Het antwoord op de behoeften van vandaag

Hügli, de fabrikant van NATUCO-producten, kan terugblikken op 20 jaar biologische expertise met Natur Compagnie. Ook op het gebied van duurzaamheid ligt het bedrijf op koers. Zo gebruiken de twee productievestigingen in Radolfzell en Steinach reeds 100% groene stroom. Dankzij het gebruik van fotovoltaïsche systemen en door energie terug te voeren in het elektriciteitsnet wordt energie bespaard. De jaarlijkse besparing komt overeen met het jaarlijkse verbruik van meer dan 50 huishoudens. Voor de productie van NATUCO is nauwelijks water nodig, en het vervoer van het voedsel veroorzaakt weinig CO<sub>2</sub>-uitstoot dankzij het lage gewicht.

Het bedrijf richt zich niet alleen op het verminderen van de eigen uitstoot, maar steunt ook projecten die de uitstoot van CO<sub>2</sub> tegengaan. Dit jaar is NATUCO bijvoorbeeld betrok-

ken bij een klimaatproject in Malawi dat zorgt voor veilige toegang tot drinkwater en efficiëntere kooktoestellen, die beide helpen de uitstoot te verminderen. NATUCO is dus 100% klimaatneutraal.

De combinatie van echt biologisch op basis van 20 jaar biologische expertise, de beste smaak uit biologische ingrediënten en 100% klimaatneutraliteit dankzij CO<sub>2</sub>-compensatie maken het NATUCO-recept tot het eigentijdse antwoord op snel koken. «Met het nieuwe merk combineren we plezier en genot met sociale verantwoordelijkheid en spreken we een groeiende doelgroep aan voor wie naast functionele aspecten ook sociale meerwaarde belangrijk is», vat Bianca Reutebuch samen. • ap

**«Met NATUCO combineren we plezier en genot met sociale verantwoordelijkheid.»**



Nieuw voor pan, pot en blender

# De zomer gaat voorbij, maar het plezier blijft

Wanneer knapperige groenten en veganistische pasta sappig vlees en hartige kruiden ontmoeten, kijken we opnieuw over de schouders van de productontwikkelaars van de Bell Food Group. Hier onthullen we wat er dit najaar nieuw is in de detailhandel en de gastronomie. • *mr*



Spannende concepten van Hügli

## Huismerkproducten voor de handel

Met toekomstgerichte producten en concepten brengt Hügli de nieuwste foodtrends onder eigen label op de markt.

Met zes vleesalternatieven, vier Aziatische kruidenbouillons, het «haververdrinkpoeder» en de «Grünkernhack» heeft het B2C-team van Hügli weer een aantal spannende innovaties in de aanbieding voor merkbedrijven, speciaalzaken en levensmiddelenetailisten. De producten en assortimenten zijn ontworpen om te worden opgenomen in bestaande huismerklijnen of te worden gelanceerd onder nieuwe labels.

«Ons doel is om onze klanten toekomstgerichte individuele producten en concepten voor hun eigen

merken te blijven aanbieden», meldt Anna-Lena Kasperek, Junior Innovation and Category Manager B2C.

Dit is al met succes gelukt met express-pastagerechten en vleesalternatieven, die zijn opgenomen in het assortiment van bekende Duitse discounters.

Door de producten onder de eigen merken van de B2C-klanten op de markt te brengen,

heeft Hügli een groot bereik en wordt de verdere groei van de divisie met succes ondersteund.



De B2C-concepten geven Hügli een grote reikwijdte.

Hilcona

### Vegane Originale

Hilcona heeft zijn assortiment uitgebreid voor de groeiende doelgroep van mensen die voedsel van dierlijke oorsprong willen vermijden. Met de «Ravioli Vegane Bolognese» en de «Vegan Gnocchi» zijn er nu twee zuiver plantaardige versies van de populaire Italiaanse klassiekers. De ravioli overtuigt met een romige vulling op basis van erwtenproteïnen en een extra dun, bebloemd deeg. De gnocchi, ook bebloemd en gemaakt van heerlijke aardappelen, zijn ook perfect om in de pan te bakken.



Hügli

### Kruidenmengsels van over de hele wereld

Gastronomen die de zomervakantie voor hun gasten willen verlengen, althans in culinair opzicht, krijgen nu steun van Hügli. De nieuwe «World Cuisine-kruidenmengsels» zijn geïnspireerd op de keukens van India, Argentinië, Mexico, Thailand, Marokko en het Middellandse-Zeegebied. De vuistregel dat er aan elke kilo basis ingrediënt, bijvoorbeeld een Indiase linsenschotel, 30 gram kruidenmix wordt toegevoegd, maakt het dagelijks koken enorm eenvoudig. Op die manier kunnen de chef-koks steeds nieuwe internationale creaties op hun menu zetten.



### Eisberg Hongarije Vers gemengd

Smoothieliefhebbers in Hongarije hoeven niet langer groenten en fruit te snijden voor hun powerdrankje. Want sinds juli is de nieuwe «Red Drink» van Eisberg verkrijgbaar. De ingrediënten, waaronder ijsbergsla, venkel en rode biet, komen kant-en-klaar uit het zakje en hoeven alleen nog met een banaan en water in de blender te worden gepureerd. Naast de lekkere smaak en de goede ingrediënten is hij door zijn felrode kleur een echte blikvanger.



### Eisberg Zwitserland Herfstige groentecreaties

De Zwitserse collega's van de Eisberg maken hun reputatie als bowl-experts weer eens waar: Net op tijd voor het begin van het koelere seizoen, zijn er vier nieuwe trendy combinaties. De Buddha-bowls «Pompoen-pickles & feta» en «Pickled Pumpkin & Beetroot» zijn vegetarisch. De «Cauliflower Bowl» en de «Bio Vegan Bowl» zijn ook geschikt voor een veganistisch dieet.

Bovendien zorgen de quichemixen «Herfst», waarin butternutpompoeën de hoofdrol speelt, en «Winter», waarin rode biet met wortelen en prei wordt gecombineerd, ervoor dat met weinig moeite een heerlijke groentetaart kan worden bereid.

### Eisberg Oostenrijk Het vitamineoffensief

Met zijn nieuwste innovaties zorgt Eisberg Oostenrijk er opnieuw voor dat er met weinig moeite veel lekkers op het bord komt. Dit geldt bijvoorbeeld voor de nieuwe groente-convenienceproducten «grillgroenten», «stoomgroenten», «Aziatische groenten», «biefstukgroenten» en «Esterhazy Classic groenten». De mengsels zijn kant en klaar om in de pan of op de grill te worden bereid.

En het team heeft ook aan de saladefans gedacht: Terwijl de «Vogersalat met snijbiet en microgreen-radijsjes» in de zak pure groenten biedt, is de «proteïnesalade» met ei, feta en peulvruchten de perfecte lichte lunchmaaltijd.



Bell Deutschland test secundaire displays

## Ham op een nieuwe plek

Om nog meer aandacht te vestigen op de rauwehamspecialiteiten van Abraham, vooral bij seizoensgebonden gelegenheden, lanceert Bell Deutschland nu secundaire displays.

Rauwe hammen zijn het hele jaar door in het seizoen met verschillende bijgerechten. Nu moeten klanten in Duitsland tijdens de actieperiodes niet meer lang zoeken naar hun favorieten. Want dankzij het nieuwe secundaire displayconcept van Bell Deutschland zijn populaire specialiteiten van Abraham zoals de Spaanse Serrano Gran Reserva, de Italiaanse Prosciutto Crudo en de Franse jambon de Savoie nu rechtstreeks in de groente- en fruitafdeling te vinden.

«Anders dan in andere landen is het in Duitsland bijvoorbeeld nog niet zo gebruikelijk om rauwe ham

als zelfbedieningswaar in schijfjes buiten de koelkast aan te bieden», meldt Stephan Holst, hoofd Marketing & Communicatie bij Bell Deutschland. «Tegelijkertijd maken hun hoge droogtegraad en lange houdbaarheid ze zeer geschikt om te bewaren op een niet-gekoelde plek.»

En zo komt wat bij elkaar hoort nu samen: hoogwaardige rauwehamklassiekers van Abraham met zachte asperges of feestelijke tapas.

**Niemand hoeft meer ver te zoeken voor de specialiteiten van Abraham.**



### Bell Schweiz Klassiekers voor de snelle keuken

Vanaf half november kunnen de Zwitserse klanten zich verheugen op twee traditionele gerechten die in een handomdraai kunnen worden bereid. Voor de «Fleischvogel» – vergelijkbaar met de elders bekende roulades – rolde Bell een klassieke vulling van spek, gehakt en wit brood in mager Zwitsers rundvlees en kookte het vervolgens negen uur sous vide. Thuis hoeft u alleen maar het bijgevoegde jusconcentraat te mengen en de «Fleischvogel» daarin gedurende 15 minuten te verwarmen.

In dezelfde tijd kan ook het nieuwe «soepvlees» worden bereid. De basis hiervoor is mager Zwitsers rundvlees van de zoekkoeienhouderij, dat gedurende 14 uur zachtjes is voorgedroogd in de zak. Met de rijke bouillon in de verpakking en wat groenten kan zeer snel een heerlijke rundvleessoep worden gemaakt. Het malse vlees smaakt ook heerlijk in plakjes gesneden met een beetje mosterd of mierikswortel.

### Bell Polen Voor Mexicaanse snackmomenten

Voor de nieuwe «Desperinos»-lijn liet Bell Polen zich inspireren door de specerijen van Mexico. Met hartige droge worsten werden de eerste vertegenwoordigers van het concept reeds in het voorjaar met succes geïntroduceerd. Nu is het de beurt aan de worstchips en -plakjes en gegrilde worstjes. Het hele assortiment is perfect voor een pittig tussendoortje.



Ultrafris van Sylvain & CO maakt de running

# Op uw plaatsen – klaar – opgediend

*Gaan van de aankoop van de ingrediënten tot de productie en levering neemt slechts enkele uren in beslag.*

*Ultraverse producten vinden in snel tempo hun weg naar de schappen. De collega's bij Sylvain & CO geven inzicht in wat daarbij komt kijken.*

Ultraverse producten smaken bijna net zo goed als zelfgemaakte. Achter het verse genot gaat een veeleisend productieproces schuil. Sylvain & CO in Vaud is gespecialiseerd in de productie van kant-en-klare salades, groenten en fruit. Om ervoor te zorgen dat de sla knapperig en vers van het veld wordt verkocht, wordt ze onmiddellijk na de

**Alleen de beste  
slablaadjes  
worden voor de  
klant gebruikt.**

oogst gekoeld tot vier graden. «Wanneer de goederen worden ontvangen, controleren we de temperatuur, de grootte, de kleur en andere criteria voordat de grondstof met een batchnummer de productie ingaat», legt Boris Du Fretay, hoofd productie/infrastructuur en assistent-bedrijfsleider Eisberg/Sylvain & CO, uit. Vervolgens worden alleen de beste bladeren van de krop sla handmatig met een mes afgesneden. Niet-buikbare bladeren kunnen worden gebruikt voor de productie van biogas. Verschillende daaropvolgende wasbeurten verwijderen vreemde voorwerpen zoals kleine steentjes. De blaadjes worden voorzichtig gewassen om ze niet te beschadigen. De babyblaadjes gaan in een luchtdroogtunnel. Stevigere bladeren worden gedroogd in een centrifuge. Na een verdere kwaliteitscontrole door een optische sorteermachine volgt het verpakkingsproces.



## **Pas besteld, nu al onderweg**

Afhankelijk van het product varieert de houdbaarheidsdatum gewoonlijk tussen twee en zes dagen. Daarom worden ze juist in time geproduceerd. De productie vindt plaats van 4.00 tot 21.00 uur. «Bestellingen die voor 16.00 uur binnenkomen, kunnen we dezelfde dag nog leveren», zegt Daniel Erni, hoofd Logistiek bij Eisberg/Sylvain & CO. «De goederen bereiken ons in de logistieke afdeling en worden hier geplukt voor de eindklanten. De transporten met de bestelde goederen verlaten de logistiek tot 2 uur 's nachts.»

Om de beste kwaliteit te garanderen, speelt een vlotte samenwerking tussen de verschillende afdelingen en werknemers een belangrijke rol. «Dankzij een zeer goede communicatie tussen de verschillende afdelingen kunnen we snel reageren en ons aanpassen aan elke situatie», zegt Stéphanie Picard, hoofd Inkoop bij Eisberg/Sylvain & CO. Het bestellen van de juiste hoeveelheid op het juiste tijdstip, waarbij ook rekening moet worden gehouden met externe invloeden zoals weersomstandigheden, is wat zij omschrijft als een van de uitdagingen bij de inkoop van grondstoffen. De klant mag hier niets van merken. Of het nu gaat om salade, groenten of fruit, de producten moeten altijd hetzelfde smaken: ultravers, supermals en gewoon lekker. • ap



**Bestellingen die  
voor 16.00 uur  
worden geplaatst,  
worden dezelfde  
dag nog geleverd.**