

LOOK!

Zaměstnanecký časopis skupiny Bell Food

04 2023





Obsah

Ze společnosti

4 Společně být stále lepší
Síť TopX se schází podruhé

6 Hrajeme na jistotu
Pro dobrou food safety culture

Jak se pracuje u Bell Food Group

12 Inspirovat, povzbuzovat a sblížit
První networkingová akce Bell Food Group pro ženy

14 Práce skutečně na kost
Řeznické řemeslo: vykostování

Trvalá udržitelnost a inovace

16 Na cestě ke klimatické neutralitě
Pro stále menší uhlíkovou stopu

Titulní stránka

20 Symboly kvality a požitku
Značky skupiny Bell Food Group

Náš svět požitků

28 Udělte si ze zimy své oblíbené období
Novinky z Bell Food Group pro chladné dny

30 Takto slavíme my
Kulinářské zvyklosti pro sváteční dny z Bell Food Group

Osobní

36 «Začínal jsem s papírem a tužkou – dnes pracuji na počítači»
Pracovní jubilea a odchody do důchodu od ledna do března 2024

Zpětná vazba a tombola

40 Co se Vám nejvíce líbilo?
Díky své zpětné vazbě můžete něco vyhrát!

Časopis LOOK! si můžete také objednat, číst nebo stáhnout online na look.bellfoodgroup.com



Impressum Časopis pro zaměstnance Bell Food Group, 4 vydání ročně, č. 4/2023, prosinec 2023, 29. ročník.
Vydavatel: Bell Food Group AG, Elsässerstrasse 174, 4056 Basilej, Švýcarsko. Adresa: Bell Schweiz AG, Redaktion LOOK!, P. O. Box 2356, 4002 Basilej, Švýcarsko. Tel. +41 58 326 2447, look@bellfoodgroup.com, www.bellfoodgroup.com.
Redakce: Sara Heiniger (sh), vedení. Redakční podpora: Michaela Rosenbaum (mr), Adrian Portmann (ap).
Fotografie: Eduardo Elia, Basilej (CH), s. 4–5; Markus Bühler, Curych (CH), s. 14; Philipp Jeker, Curych (CH), titulní obrázek a s. 20.
Ilustrace: Ivo Kircheis, Drážďany (DE), s. 8–9; Nicole Gämperli, Luzern (CH), s. 30–35.
Úprava: oblůgrařik, Olten, Švýcarsko. Zpracování obrázků: Proacteam AG, Allschwil, Švýcarsko. Tisk: SWS Medien AG PriMedia, Sursee, Švýcarsko. Vytlačeno na papíře s certifikací FSC. Změny adresy: Kontaktujte prosím příslušné personální pracoviště nebo oddělení.

Titulní stránka: Manuel Meier (CSB Junior Consultant), Christine Kerwin (Head of Application Management) a Daniel Post (Junior Application Manager) pracují všichni v IT Bell Food Group v Basileji.

Nádherný příběh úspěchu

Milé zaměstnankyně a zaměstnanci

V Bell Food Group máme více než 25 různých značek. Věděli jste to? Od aperitivu přes předkrm a hlavní chod až po dezert máme v sortimentu spoustu výrobků. Prolistujte si stránky titulního příběhu a slibuji, že objevíte značky, o kterých jste neměli tušení. Nebo takové, které jste sice znali, ale nevěděli jste, že se vyrábějí v našem koncernu.

Kromě toho budete překvapeni, nakolik rozmanité jsou potřeby, které pokrýváme. U nás si přijdou na své jak nezkušení příležitostní kuchaři, tak osvědčení profesionálové. Zásobujeme fanoušky rostlinné kuchyně, stejně jako milovníky masa a ryb. Co se týče kvalitních potravin, neděláme žádné výjimky. Kromě toho existuje řada vlastních značek, pro které vyrábíme produkty pro naše zákazníky z oblasti maloobchodu a food service. Můžeme být hrdí na bohatství chutí a kvality, které v Bell Food Group spojujeme.

To, že dnes patříme k předním zpracovatelům masa a convenience v Evropě, je výsledkem naší strategie posledních let. Od svého nástupu do tehdejší skupiny Bell jsem směl prožívat, jak jsme stále rostli a vyvíjeli se v Bell Food Group. Náš obrat stoupl z 2,5 miliard CHF na 4,3 miliardy CHF a počet našich zaměstnanců se více než zdvojnásobil. Náš obchodní model se osvědčil. Zkrátka: Bell Food Group je nádherný příběh úspěchu.

Stále jsme rostli a dále jsme se rozvíjeli.

Naopak můj čas v Bell Food Group se v červnu 2024 naplní. Po 13 letech ve funkci CEO se těším, že budu moci převzít jiné úkoly mimo koncern Coop a předat vedení společnosti Marcu Tchanzovi. V Marcovi udělalo představenstvo vynikající volbu. Marco v posledních letech prokázal, že má na to, aby vedl Bell Food Group do další fáze. Jeho schopnost vidět širší souvislosti a rozpoznat nástroje dalšího rozvoje posune naši společnost kupředu. Díky svým zkušenostem z různých pozic, jako CFO a vedoucí několika obchodních oblastí, zná náš byznys v celé jeho rozmanitosti jako nikdo jiný. V řídicím týmu spoluutvářel strategické zaměření posledních let. Příběh úspěchu Bell Food Group povede plynule dál. Již nyní mu ze srdce přeji vše dobré a hodně úspěchů.

Ale ještě se s vámi neloučím, milé zaměstnankyně a milí zaměstnanci. Prozatím se těším na nadcházející sváteční období. Upřímně přeji vám i vašim blízkým klidné svátky, šťastný nový rok a hodně radosti, zdraví a úspěchů v novém roce.

Lorenz Wyss
Předseda představenstva koncernu



Síť TopX se schází podruhé

Společně být stále lepší

V loňském roce se to jmenovalo «Pokračování zaručeno», a tak se manažeři TopX v říjnu podruhé sešli v Basileji na velké networkingové akci. Akce se opět vyznačovala výměnou zkušeností a společným učením.



Začátkem října se v konferenčním centru společnosti Coop v Muttenzi sešlo asi 40 odborníků na TopX z celé Evropy a dalších účastníků, aby se seznámili s aktuálními informacemi o procesu zlepšování v rámci celé skupiny.

Hned na začátku se objevil důvod k úsměvu: všichni aktéři byli předem vyzváni, aby se představili v krátkém videu. Sestřih z těchto klipů se postaral o uvolněný začátek setkání.

O povzbuzující začátek se postaralo úvodní video.

K hlavním bodům prvního dne patřily také interaktivní workshopy ve třech skupinách, na které se účastníci předem přihlásili. Pod vedením dvou moderátorů z týmu TopX se skupiny věnovaly příslušnému tématu. A vše bylo natolik prakticky zaměřené, že si všichni účastníci mohli odnést něco pro svou každodenní práci.

Workshop «Change and Leadership» byl zaměřen na úspěšné plánování a realizaci změny směrem ke kultuře neustálého zlepšování ve firmě. To zahrnuje také posílení osobních kompetencí pomocí vhodných nástrojů jako příprava na výzvy spojené se změnami.

Workshop «Management znalostí» se věnoval tomu, jak nejlépe předávat znalosti širšímu okruhu zaměstnanců. To by mělo účastníkům umožnit efektivní šíření stávajících znalostí o TopX.

Kdo se rozhodl pro workshop «Udržitelnost», ten se dozvěděl, jak lze toto téma efektivně začlenit do TopX. Po úvodní prezentaci Fabiana Biedermanna o implementaci strategie udržitelnosti Bell Food Group ve společnosti Hilcona vypracovali odborníci na TopX v této skupině možnosti implementace pro své vlastní závody.

Druhý den pak setkání sítě navštívili Lorenz Wyss a Philipp Allemann, aby se seznámili s výsledky prvního dne a s nejvýznamnějšími projekty z roku 2023. Stejně jako v předchozím roce si odborníci z TopX pro prezentaci svých příkladů připravili plakáty, které shrnovaly nejdůležitější body.

«Všichni zaměstnanci byli velice hrdí na své výsledky a představovali je s radostí a nadšením. To nadchlo i Lorenze a Philippa,» informoval Marc Spanuth, dosavadní koordinátor Top Excellence v Bell Food Group. «Závěrečný projev byl pro všechny opět velmi motivující a ukázalo se, jaký dalekosáhlý vliv náš program TopX má. Této odpovědnosti chceme samozřej-



mě dostát i v budoucnu, a proto jsem rád, že mohu svěřit program do dobrých rukou, abychom jej na příštím summitu mohli opět předložit.»

Pro Marca Spanutha tím končí jeho období vedoucího programu TopX. Na summitu TopX oficiálně předal štafetu Michaelu Baumannovi, který bude proces zlepšování řídit v budoucnu.

«S velkým potěšením přebírám odpovědnost za program TopX a vidím se i se svými novými kolegy z hlavního týmu programu v kruhu skvělých lidí s obrovským nadšením pro neustálé zlepšování,» řekl Michael Baumann. «Na summitu již všichni účastníci začali lépe navazovat kontakty a posilovat spolupráci. Právě o tom bylo letošní setkání. Tuto dynamiku si vezmeme s sebou, abychom si vzájemně pomáhali a učili se od sebe prostřednictvím úzké spolupráce. Díky tomu využijeme obrovskou výhodu synergie v Bell Food Group.»

Na konci dvou intenzivních dnů výměny zkušeností a navazování kontaktů byla opět jedna věc jistá: «Pokračování bude.» I pro rok 2024 je již plánován nový ročník summitu TopX. • mr

Druhý den přišli Lorenz Wyss a Philipp Allemann.

Pro dobrou *food safety culture*

Hrajeme na jistotu

Nabízet bezpečné potraviny je jedním z hlavních cílů Bell Food Group. K tomu je potřeba zažít *food safety culture* (kultura bezpečnosti potravin). Společnost Eisberg nyní ukazuje skvělé příklady, jak zvýšit povědomí o bezpečnosti potravin. A jak je to s vašimi znalostmi? To zjistíte pomocí našeho obrázku se skrytými událostmi na následujících stránkách.



Jak jsou na tom vaše znalosti bezpečnosti potravin? Otestujte se pomocí našeho obrázku se skrytými událostmi na straně 8 a najděte všech 9 situací, kdy nejsou dodržovány předpisy pro bezpečnost potravin. Hodně zábavy při hledání!

7. června 2023 bylo ve společnosti Eisberg ve Švýcarsku vše ve znamení bezpečnosti potravin. U příležitosti pátého celosvětového *Food Safety Day* (Světový den bezpečnosti potravin) WHO uspořádala společnost ve všech svých závodech vlastní akce k tomuto tématu. Všichni zaměstnanci společností Eisberg a Sylvain & CO byli vyzváni, aby se zúčastnili a otestovali a rozšířili své znalosti. Členové pilířů TopX z kvality a kontroly procesů celý den zorganizovali s velkým nadšením a kreativitou. Akci načasovali tak, aby se jí mohly zúčastnit všechny týmy od ranní po noční směnu.

A tak velká část švýcarských zaměstnanců společnosti Eisberg z výroby a administrativy absolvovala stanoviště, která zahrnovala například ohmatávání cizích předmětů v uzavřené krabici nebo určování alergenů. Kromě toho bylo hodně prostoru pro vzájemný dialog. Protože i v oblasti bezpečnosti potravin se mohou všichni zúčastnění učit jeden od druhého.

«Je to poprvé v historii společnosti Eisberg, kdy jsme takovou akci uspořádali za provozu,» uvádí André Julmi, vedoucí oddělení kvality a člen vedení společnosti Eisberg. «To vedlo k navázání kontaktů mezi zaměstnanci, které by v běžném životě nebo na školení nebyly možné. Pozitivní ohlasy po skončení akce byly pro nás tím nejlepším potvrzením, že tato akce byla maximálně úspěšná.»

Ale nejen na této jednorázové akci se společnost Eisberg stále více věnovala bezpečnosti potravin. V rámci pilotního projektu vedení společnosti také aktuálně testuje, jak je možné toto téma začlenit do programu TopX. K tomu byly rozšířeny pilíře Kvalita a Kontrola procesů na shop floor boards o body z oblasti *bezpečnosti potravin*. Tímto způsobem je toto téma stále přítomné na pravidelných schůzkách ve výrobě, což také zvyšuje povědomí o něm.

Přítomny byly všechny týmy, od ranní po noční směnu.



Nové logo *Food Safety Culture* (Kultura bezpečnosti potravin) zajišťuje i opticky větší pozornost při manipulaci s potravinami.



«V podstatě se v celé naší skupině neustále zabýváme bezpečnou výrobou našich produktů,» říká Marco Märsmann, vedoucí udržitelnosti/managementu kvality Bell Švýcarsko a vedoucí kompetenčního centra managementu kvality. «Abychom se tématu *bezpečnosti potravin* věnovali ještě hlouběji a systematictěji, chceme použít nástroje z programu TopX. Jak je to možné realizovat v každodenním životě, to nyní testujeme ve společnosti Eisberg.»

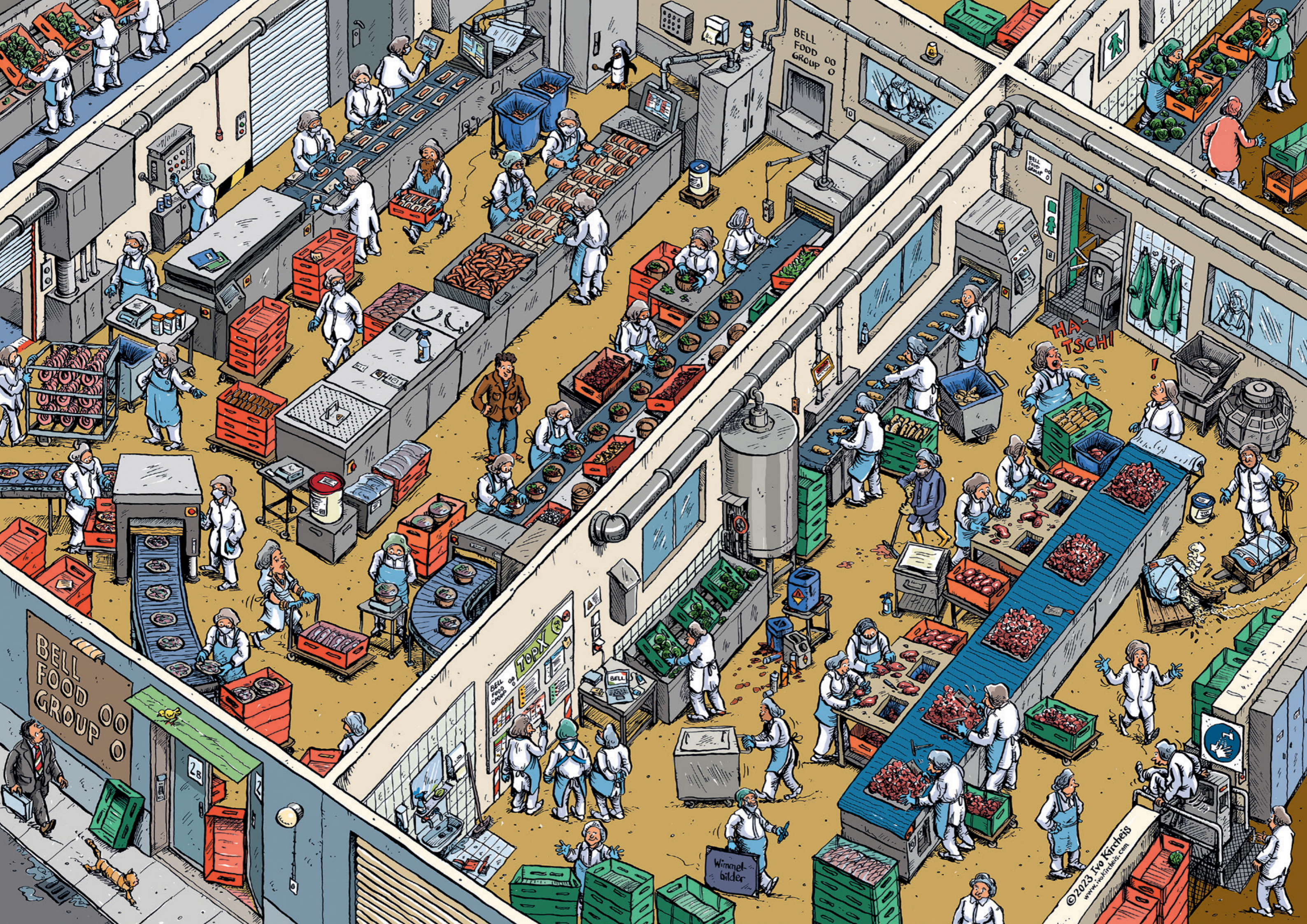
Tým managementu kvality také vypracoval směrnici, v níž je stanoveno, jak Bell Food Group definuje a podporuje kulturu bezpečnosti potravin. Z ní jasně vyplývá, že nejdůležitějším faktorem v této oblasti jsou lidé. Protože všichni, kteří s potravinami pracují, přispívají k zajištění jejich bezpečnosti.

«Před deseti lety bylo chápání bezpečnosti potravin ještě úplně jiné,» říká Marco Märsmann. «Od té doby se analytické postupy zpřesnily, změnila se legislativa a také my jsme se vyvíjeli. Chceme splnit všechny požadavky, které jsou na nás kladeny zvenčí nebo které si stanovíme sami. Je proto důležité, abychom všichni společně přispěli a kriticky zhodnotili naše kroky a činnosti v kontextu bezpečnosti potravin.»

Pro bezpečnost potravin jsou tím nejdůležitějším faktorem lidé.

Vzhledem k tomu, že této problematice nemůže být nikdy věnována dost pozornosti, plánuje společnost Bell ve Švýcarsku i na příští rok akce u příležitosti celosvětového *Dne bezpečnosti potravin*. Kdyby bylo na Marcu Märsmannovi, byl by tento den vyhlášen i v celé skupině: «Příklad společnosti Eisberg velmi dobře ukazuje, jak takový den akcí zvyšuje informovanost všech, podporuje vzájemnou interakci a navíc může být i zábavný. Proto bych si přál, aby se jednou konal celoskupinový *den bezpečnosti potravin*.»

Zcela v souladu s tímto přáním se již 19. září 2023 konal další *Den bezpečnosti potravin* u kolegyně a kolegů ve společnosti Eisberg v Rakousku. Na třech stanovištích informoval tým managementu kvality zábavnou formou přibližně 500 zaměstnanců o bezpečnosti potravin. Jako poděkování dostali účastníci oběd připravený vedením z foodtrucku – a navíc o 15 minut delší přestávku na oběd, aby si každý mohl svůj burger opravdu vychutnat! • mr



BELL
FOOD
GROUP

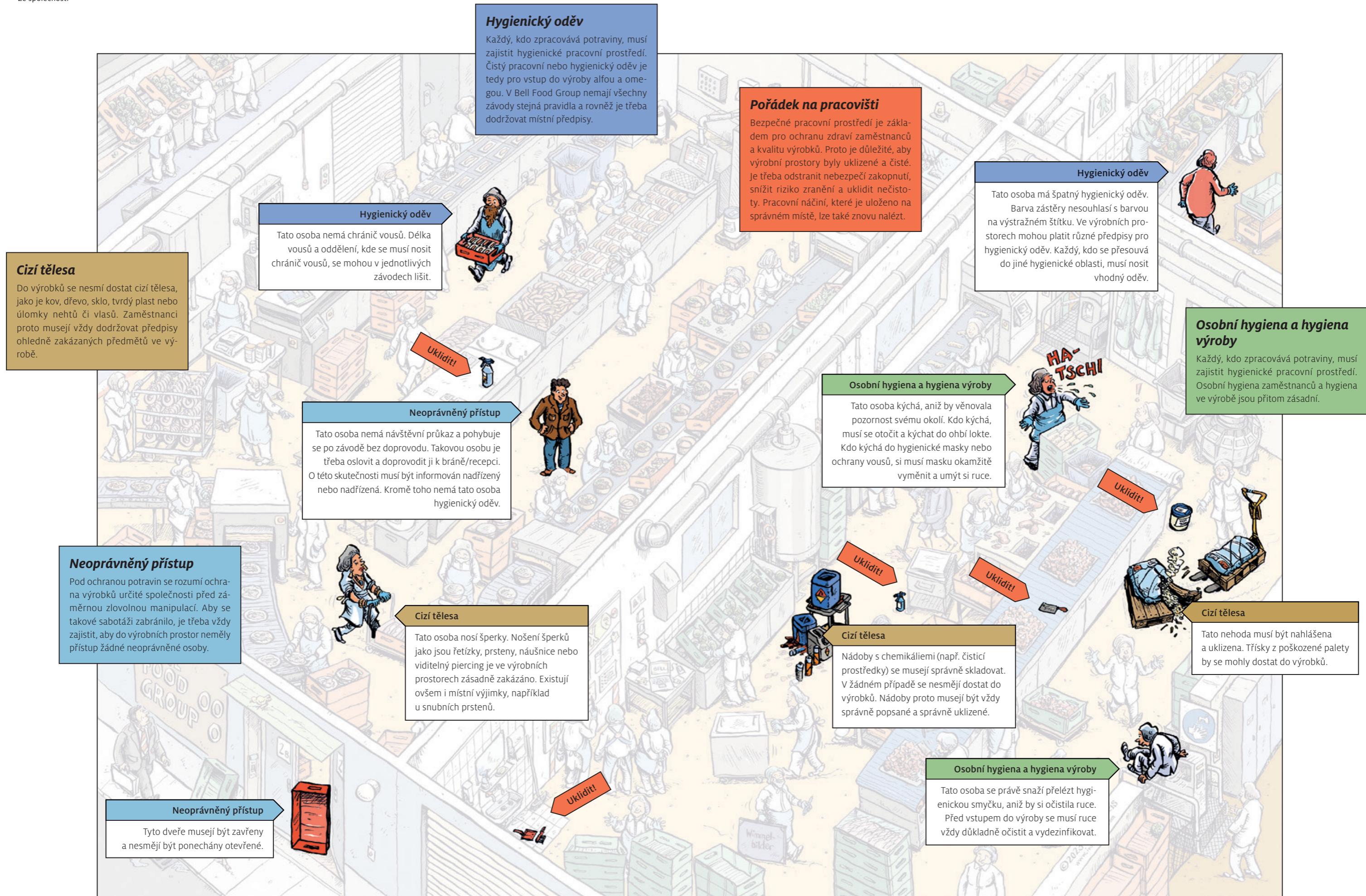
HA-
TSCHI!

BELL
FOOD
GROUP

TOPX
BELL
FOOD
GROUP

Wimmel-
bilder

©2023 Ivo Kirchheis
www.ivo-kirchheis.com



Hygienický oděv
Každý, kdo zpracovává potraviny, musí zajistit hygienické pracovní prostředí. Čistý pracovní nebo hygienický oděv je tedy pro vstup do výroby alfoú a ome-gou. V Bell Food Group nemají všechny závody stejná pravidla a rovněž je třeba dodržovat místní předpisy.

Pořádek na pracovišti
Bezpečné pracovní prostředí je základem pro ochranu zdraví zaměstnanců a kvalitu výrobků. Proto je důležité, aby výrobní prostory byly uklizené a čisté. Je třeba odstranit nebezpečí zakopnutí, snížit riziko zranění a uklidit nečistoty. Pracovní náčiní, které je uloženo na správném místě, lze také znovu nalézt.

Hygienický oděv
Tato osoba má špatný hygienický oděv. Barva zástěry nesouhlasí s barvou na výstražném štítku. Ve výrobních prostorech mohou platit různé předpisy pro hygienický oděv. Každý, kdo se přesouvá do jiné hygienické oblasti, musí nosit vhodný oděv.

Osobní hygiena a hygiena výroby
Každý, kdo zpracovává potraviny, musí zajistit hygienické pracovní prostředí. Osobní hygiena zaměstnanců a hygiena ve výrobě jsou přitom zásadní.

Cizí tělesa
Do výrobků se nesmí dostat cizí tělesa, jako je kov, dřevo, sklo, tvrdý plast nebo úlomky nehtů či vlasů. Zaměstnanci proto musejí vždy dodržovat předpisy ohledně zakázaných předmětů ve výrobě.

Hygienický oděv
Tato osoba nemá chránič vousů. Délka vousů a oddělení, kde se musí nosit chránič vousů, se mohou v jednotlivých závodech lišit.

Neoprávněný přístup
Tato osoba nemá návštěvní průkaz a pohybuje se po závodě bez doprovodu. Takovou osobu je třeba oslovit a doprovodit ji k bráně/recepci. O této skutečnosti musí být informován nadřízený nebo nadřízená. Kromě toho nemá tato osoba hygienický oděv.

Osobní hygiena a hygiena výroby
Tato osoba kýchá, aniž by věnovala pozornost svému okolí. Kdo kýchá, musí se otočit a kýchat do ohbí lokte. Kdo kýchá do hygienické masky nebo ochrany vousů, si musí masku okamžitě vyměnit a umýt si ruce.

Neoprávněný přístup
Pod ochranou potravin se rozumí ochrana výrobků určité společnosti před záměrnou zlovolnou manipulací. Aby se takové sabotáži zabránilo, je třeba vždy zajistit, aby do výrobních prostor neměly přístup žádné neoprávněné osoby.

Cizí tělesa
Tato osoba nosí šperky. Nošení šperků jako jsou řetízky, prsteny, náušnice nebo viditelný piercing je ve výrobních prostorech zásadně zakázáno. Existují ovšem i místní výjimky, například u snubních prstenů.

Cizí tělesa
Nádoby s chemikáliemi (např. čisticí prostředky) se musejí správně skladovat. V žádném případě se nesmějí dostat do výrobků. Nádoby proto musejí být vždy správně popsané a správně uklizené.

Cizí tělesa
Tato nehoda musí být nahlášena a uklizena. Třísky z poškozené palety by se mohly dostat do výrobků.

Osobní hygiena a hygiena výroby
Tato osoba se právě snaží přelézt hygienickou smyčkou, aniž by si očistila ruce. Před vstupem do výroby se musí ruce vždy důkladně očistit a vydezinfikovat.

Neoprávněný přístup
Tyto dveře musejí být zavřeny a nesmějí být ponechány otevřené.

Ilustrace na stranách 8 a 9 obsahuje skryté situace. Jedná se přitom o zábavné vyobrazení skutečnosti. Je tedy možné, že situace na obrázku úplně nesouhlasí s realitou v závodech.

První networkingová akce Bell Food Group pro ženy

Inspirovat, povzbuzovat a sbližovat

Přibližně 100 účastnic si začátkem října užilo odpoledne plné pozitivní energie na první networkingové akci skupiny Bell Food Group pro ženy. Akce byla plně ve znamení cíle skupiny přivádět do řídicích pozic stále více žen. Další aktivity budou následovat.

«Bylo to inspirující a povzbuzující.»
«Akce položila pro nás ženy důležitý základní kámen.» «Zapůsobila na mne rozmanitost témat.» «Již teď se

Akce byla úvodem k mnoha dalším opatřením.

těším na příští akci.»
Takové byly některé ohlasy po networkingové akci Bell Food Group pro ženy.

Akce byla úvodem k mnoha dalším opatřením, která jsou plánována na následující roky. Bell Food Group si totiž v dohodě se společností Coop dala za cíl zvýšit do roku 2026 podíl žen v manažerských pozicích stupňů 0 až 3, tedy ve zhruba 200členném top managementu skupiny, na 20 procent. Za tímto účelem byla od roku 2022 vyvíjena koncepce «Diverzita a inkluze» se zaměřením na podporu žen ve vedoucích pozicích, která se nyní postupně realizuje.

«Touto první akcí jsme nejen proměnili témata diverzity a inkluze a žen ve světě byznysu v blízký a emotivní zážitek, ale také jsme položili základy pro budoucí setkání, sítě a procesy změn,» uvádí Roksana Cegla, která jako vedoucí projektu

byla součástí osmičlenného týmu, jenž akci organizoval. Mezi účastníky bylo přibližně 100 německy mluvících zaměstnankyň ze všech obchodních oblastí, z nichž většina již zastává vedoucí pozice.

Již z prvního vystoupení CEO Lorenze Wyse bylo zřejmé, jak důležitá je pro Bell Food Group otázka podpory žen. Doris Leuthard, současná místopředsdkyně představenstva Bell Food Group a bývalá členka spolkové rady Švýcarska, pak přednesla charismatickou prezentaci o tom, co je k dosažení tohoto cíle zapotřebí. Mimo jiné zdůraznila, že jednou z výzev pro ženy zůstává slučitelnost pracovního a soukromého života.

Jedním z vrcholů akce byla zajímavá pódiová diskuse, v níž pět žen z různých oblastí společností Bell Food Group a Coop hovořilo o tom, jak se jim v praxi daří sladit kariéru s rodinou a jaké mají zkušenosti s diskriminací žen ze svého dosavadního pracovního života.

Živým zakončením byl takzvaný «statusový experiment», který provedly dvě členky improvizčního divadla z Kostnice. Za tímto účelem se dvě dobrovolnice z publika vžily do každodenní situace: Dostaly za úkol zaujmout předem stanovený postoj v diskusi o dítěti, které přišlo pozdě domů. Herečky i divačky si tak mohly naživo vyzkoušet, jaký vliv má určité chování na situaci při rozhovoru.

Projektový tým záměrně naplánoval delší přestávky mezi jednotlivými body programu, aby si ženy mohly vyměňovat názory. Tato událost tak iniciovala vytvo-

Široká komunikace má téma ukotvit v myslích lidí.

ření celokoncernového ženského networkingu napříč obchodními oblastmi a závody.

«Byla jsem nadšená, když jsem viděla, jak dynamická akce byla a jak aktivně a s jakým zájmem se účastnice zapojily a navázaly kontakty,» říká Birgit Schmidinger, manažerka pro diverzitu a inkluzi v Bell Food Group. «Položili jsme tak základy pro všechny aktivity, kterými hodláme v příštích letech v rámci našeho programu diverzity a inkluze podporovat zlepšování postavení žen.»

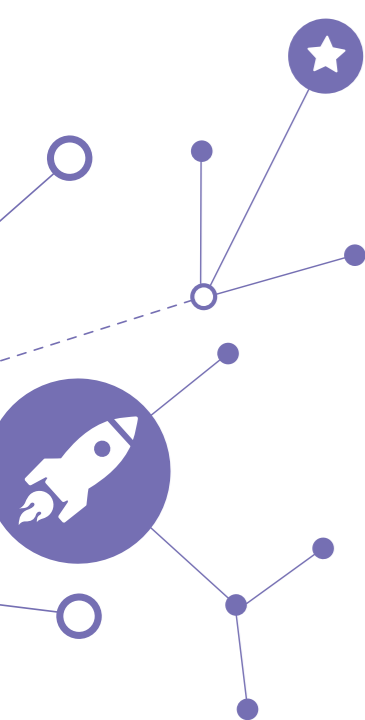
Následující kroky jsou již stanovené. Prvním krokem je ukotvit téma v myslích lidí prostřednictvím

široké komunikace. Například na konci listopadu byla tato otázka na programu na summitu managementu.

Kromě toho se v současné době vytváří poradní sbor a pracovní skupina s odpovědnými osobami, které mají zajistit realizaci plánovaných opatření. A na příští rok je již naplánována další akce ženského networkingu. • mr



Video k akci networkingu pro ženy





Řeznické řemeslo: vykostování

PRÁCE SKUTEČNĚ NA KOST

Při vykostování se z kusů jako je hovězí plec nebo vepřová kýta odstraňují kosti. Teprve poté je možné maso dále zpracovávat. Tato práce vyžaduje nejen ostré nože a hbité prsty, ale především velkou odbornost.

V boudárně společnosti Bell v Oensigenu se těžce pracuje: u pásu se zadními čtvrtěmi se vykostování věnuje sedm řezníků. To, co je na začátku 68 kg těžká hovězí kýta s nízkým roštěncem, se kus po kuse dělí na jednotlivé části. Kostí se vyjmou, svalové partie oddělí, šlachy a pojivová tkáň se odstraní. Zatímco jeden zaměstnanec nahrubo rozděljuje zadní čtvrt, jeho dva kolegové vykostují nízké roštěnce, a čtyři pracovníci bourají hovězí kýtu – v průměru 85 kusů za hodinu.

O stanici dále, u pásu na přední čtvrtě, dvanact zaměstnanců vykostuje přední část jatečně upraveného těla a odděluje plec, hrudí, krk a vysoký roštěnec.

Bez vykostění není filet

Vykostování je ústředním krokem ve zpracování masa. Následuje po hrubém rozdělení jatečně upraveného těla, při kterém se hovězí nebo vepřové rozdělí na dva nebo čtyři velké kusy. Ty se pak dostanou na dělicí pás. Teprve po vykostění je možné filet upravovat nebo zpracovávat vysoký roštěnec na steaky a pečeně.

V Bell Food Group se vykostování provádí v různých závodech: ve společnosti Bell (CH) a Hubers Landhendl (AT) a také u Süddeutsche Truthahn AG (DE). Vykostuje se hovězí, vepřové a drůbež, přičemž v závodech Bell v Zellu se mnoho kroků při porcování drůbeže provádí automatizovaně a strojově.

Hlava a tělo

Navzdory pomůckám, které mají dnes zaměstnanci na dělicím pásu k dispozici, se vykostování stále provádí téměř výhradně ručně. Práce skutečně na kost.

To potvrzuje i Daniel Plüss. Jako vedoucí oblasti čerstvého masa v závodech Bell v Oensigenu se sice sám vykostování věnuje jen zřídka, ale tvrdí: «Kdo vykostuje, dělá těžkou fyzickou práci. Po jedné směně na dělicím pásu si odpočinek opravdu zasloužíte.»

Při vykostování je třeba nejen fyzická síla a rychlé vedení řezu. Rozhodující jsou odborné znalosti, zejména znalosti anatomie zvířete.

Příroda nemá žádné standardy

Při vykostování vznikají čisté kusy svaloviny, které by se měly obejít bez nepěkných zářezů do masa. Co zní v teorii jednoduše, má ale háček: «Příroda nemá žádné standardy,» vysvětluje Daniel Plüss, «to znamená, že kusy masa nejsou jeden jako druhý. Na to musejí brát naši zaměstnanci při vykostování ohled.»

Proto smějí u dělicího pásu pracovat pouze profesionálové. Při odborném výcviku řezníků se učí, jak je kyčelní kloub uložený mezi částmi masa. Nebo který přírodní šev lze použít ke snadnějšímu oddělení dvou částí svalu.

«Kdo chce vykostovat, potřebuje také ostrý nůž,» dodává Daniel Plüss na závěr s úsměvem, «s tupým nožem se daleko opravdu nedostanete.» • sh



Daniel Plüss
vedoucí oblasti čerstvého masa, Bell Švýcarsko v Oensigenu

Odborné znalosti o anatomii zvířete jsou rozhodující.

Zdenek Kubicek pracuje od roku 2019 jako řezník v boudárně společnosti Bell v Oensigenu (CH).



Věděli jste? Ve Švýcarsku existuje mistrovství ve vykostování

Na švýcarském mistrovství ve vykostování bojují každý rok řezníci ze všech končin země o uznání jako nejlepší ve svém oboru. Při soutěži měří účastníci v různých kategoriích (učni, řezníci, pracovníci v úkolové mzdě, řezníci z kanceláře a senioři) své síly při vykostování vepřových plecí. Chyby v čistotě a zářezy v mase jsou postihovány trestnými sekundami.

V roce 2023 se mistrovství konalo ve švýcarském Weinfeldenu. Mezi účastníky bylo osm učňů a 27 dalších zaměstnanců společnosti Bell. Jejich umění bylo oceněno jednou stříbrnou medailí v kategorii «Učni» (Valerio Capizzi, foto) a třemi bronzovými místy v kategoriích «Řezník v kanceláři» (Michael Lohner), «Senioři» (Urs Lohner) a «Hodnocení firem» (Daniel Plüss, Stefan Seiler, Daniel Toxler a Aron Debasay).

Pro stále menší uhlíkovou stopu

Na cestě ke klimatické neutralitě

«Žijeme odpovědností», tak zní jedno ze tří poslání Bell Food Group. Za tím stojí cíl stále se zlepšovat v oblasti udržitelnosti. Důležitým aspektem je přitom snižování emisí CO₂ až ke klimatické neutralitě. Tuto výzvu je možné zvládnout jen společně s partnery z oboru. • *mr*

Pro rok 2021 bylo zjištěno množství emisí CO₂ ve výši 5,7 milionů tun.

Svou klimatickou strategií se Bell Food Group snaží o komplexní přístup ke snižování emisí skleníkových plynů. Do roku 2050 chce koncern dosáhnout klimatické neutrality. Prvním krokem na této cestě je analýza produkce CO₂ v celém hodnotovém řetězci, tedy ve všech takzvaných scopes (viz grafiku).

Pro rok 2021 bylo vypočteno množství 5,7 milionů tun CO₂. Písmeno «e» představuje ekvivalenty, protože do výpočtu jsou rovněž zahrnuty další skleníkové plyny, které kromě oxidu uhličitého vznikají a mají vliv na klima.

Pokud se podíváme na jednotlivé segmenty, ve kterých jsou skleníkové plyny produkovány, analýza ukazuje, že 95 % emisí Bell Food Group připadá na nakoupené zboží a služby. Tedy oblasti, na které má skupina pouze malý přímý vliv. Nemůže například zjistit, zda dodavatel získává energii ze solární energie nebo zda vytápí svůj podnik způsobem šetrným ke klimatu.

Velká část «outsourcovaných» emisí kromě toho pochází z živočišných produktů, které jsou zásadní pro obchodní činnost v mnoha oblastech působení Bell Food Group. Tam má i zde pouze omezený vliv, protože například hovězí maso nakupuje na volném trhu.

«Celé naše odvětví stojí před velkou výzvou vyvinout vhodná opat-

Pokračování na straně 18

Kategorie emisí



To přispívá k uhlíkové stopě Bell Food Group



Takto Bell Food Group snižuje svou uhlíkovou stopu

Slunce jako zdroj energie Scope 2

K přechodu Bell Food Group na zelenou energii významně přispívají také fotovoltaická zařízení. V současné době je již realizováno nebo se připravuje téměř 30 solárních elektráren. Díky tomu má již 45 procent závodů solární proud.

Jedním z nejnovějších příkladů je nové zařízení v závodě Bell v polském městě Niépołomice, které vzniklo na nepoužívaném poli vedle závodu. Po úplném dokončení by mělo ročně dodávat zhruba 2 000 MWh elektřiny.



Pokračování ze strany 16

ření na ochranu klimatu, především pro scope 3,» vysvětluje Marco Märsmann, vedoucí udržitelnosti/managementu kvality Bell Švýcarsko a vedoucí kompetenčního centra Udržitelnost. «To vyžaduje inovativní nápady a musíme úzce spolupracovat s dodavateli, ostatními obchodními partnery nebo vědci.»

Cestou klimatické neutrality do roku 2050 ve všech třech oblastech působnosti (scopes) tedy nemůže jít Bell Food Group sama. Má však velkou motivaci rozvíjet nové myšlenky a vypracovávat opatření společně s ostatními aktéry v oboru. To již nyní ukazují některé příklady.

Cestou ke klimatické neutralitě nemůže jít Bell Food Group sama.

Krmná přísada pro klimaticky šetrnější chov skotu Scope 3

Při hledání způsobu, jak snížit emise metanu ze skotu, podporuje Bell Food Group projekt Společenství, v jehož rámci se testují krmné přísady. Podle současných poznatků vycházejí odborníci z toho, že takové přísady mohou podstatně snížit emise metanu.

Současný projekt se nyní zaměřuje na testování účinnosti a proveditelnosti příkrmování v pastevnímu chovu hospodářských zvířat. To je v souladu s cílem Bell Food Group snižovat emise skleníkových plynů nejen interně, ale i v rámci celého hodnotového řetězce.



Krmivo pro zvířata ze zdrojů bez odlesňování Scope 3

Lesy ukládají CO₂, ale jejich ničení tento CO₂ opět uvolňuje. To zesiluje skleníkový efekt a globální oteplování. Ochrana lesů a omezení jejich odlesňování je proto rozhodující pro snižování emisí CO₂. Opatřeními v rámci projektu «Krmiva pro skot, prasata a kuřata s nulovým odlesňováním» urychluje Bell Food Group dlouhodobý cíl podporovat krmiva pro zvířata pocházející ze zdrojů bez odlesňování.

Jako člen sdružení «Donau Soja» a «Soja Netzwerk Schweiz» se Bell Švýcarsko aktivně zasazuje za podporu odpovědného pěstování sóji jako krmiva v zemích jejího původu. Zároveň se společnost Hubers/Sütag důsledně zasazuje za přechod k odpovědně vyprodukované krmné sóje evropského původu.

Ještě udržitelnější stáje pro drůbež Scope 3

Systém ustájení, který je obzvláště šetrný ke zvířatům a je známý pod zkratkou BTS, má nyní navíc bonus v podobě udržitelnosti. V nové formě chovu BTSplus se již nespoteblovávají žádné fosilní energie. Vzniká tak méně emisí CO₂.

Vlastní fotovoltaická zařízení v první pilotní stáji ve švýcarském Zellu dodává ročně více než dvojnásobek potřebné energie. Přebytek se používá pro jiné závody nebo se předává do veřejné elektrické sítě.



Jedno tepelné čerpadlo pro Zell Scope 1 + 2

V roce 2021 byl závod společnosti Bell Švýcarsko v Zellu, který se specializuje na drůbež, vybaven tepelným čerpadlem. To nahradilo dosavadní systém olejového topení pro přípravu teplé vody pro různé výrobní procesy a je jedním z mnoha příkladů energeticky úsporných opatření v rámci Bell Food Group.

Tak bylo možné již ušetřit 150 000 litrů topného oleje a tím i 400 tun skleníkových plynů. Tím se snížily emise CO₂ v závodě Zell přibližně o 20 procent.

Hilcona podporuje zákazníky food service pomocí skóre CO₂

Jako první výrobce potravin uvádí Hilcona od tohoto léta ve veřejné databázi pro food service s více než 600 recepty skóre CO₂ pro uvedená menu. Profesionální kuchaři tak na první pohled vidí, nakolik jsou pokrmy, které chtějí připravovat, udržitelné.

Stravovací zařízení, která podávají převážně pokrmy s tříhvězdičkovým klimatickým skóre, mohou ušetřit více než polovinu CO₂ z výroby potravin. Hilcona tak podporuje stravovací zařízení, aby snižovala své emise skleníkových plynů, a přispívá tak k tomu, že i společnosti, které jsou v dodavatelském řetězci za ní, mohou lépe analyzovat svou ekologickou stopu.

Toto opatření nemá přímý vliv na uhlíkovou stopu Bell Food Group, ale pomáhá snižovat celosvětové emise CO₂. Ovšem posun sortimentu, například cílené nahrazení výrobků z masa jeho alternativami, není součástí klimatické strategie Bell Food Group.



Značky skupiny Bell Food Group

Symbols of quality and benefit

Často jsou to právě značky, které pomáhají při rozhodování o koupi. To platí jak pro tenisky, tak pro uzeniny, salát nebo těstoviny. V Bell Food Group máme téměř 30 značek. Ty svými různými přísliby ztělesňují velkou rozmanitost skupiny. Jedno mají všechny společné: všechny představují požitek a kvalitu. • mr



ABRAHAM
DER SCHINKENSPEZIALIST

Značka **Abraham** se specializovala na výrobu tradičních sušených šunek z evropských regionů proslavených jejich výrobou. Ve svém segmentu je v Německu jedničkou na trhu.

Odkdy: 1971

Kde: Německo

Organizace: Bell Německo

Cílová skupina: retail

Sortiment: sušená šunka



Bell

Tradiční značka **Bell** je dnes číslem jedna ve švýcarském masném průmyslu se širokým sortimentem masa, drůbeže, uzenin a mořských plodů. Ve Švýcarsku ji zná více než 90 procent lidí.

Odkdy: 1869

Kde: Švýcarsko, Německo, Francie, Polsko

Cílová skupina: retail, food service

Sortiment: maso, uzeniny, mořské plody



Brands create ideas in the mind

Podle definice je ochranná známka název nebo označení, nebo kombinace obojího, které společnost používá k odlišení svých výrobků nebo služeb od ostatních. Hodnota takové značky závisí na tom, jak je známá, jak dobře se odlišuje od konkurence a jak moc jí její cílová skupina důvěřuje.

Zásadní je přítom zařazení. To dává značce konkrétní obsah. U nové značky je třeba tuto image nejprve vybudovat, u zavedených značek je třeba ji udržovat a neustále přizpůsobovat duchu doby.

Asi každý již získal tu zkušenost, že stačí vidět část loga nebo typické barevné schéma, abyste nejen věděli, o jakou značku se jedná, ale abyste si v hlavě vytvořili představu o jejich produktech nebo o životním postoji, který vyjadřuje.

Obrázek strana 20:
Marco Kiefer (Employee Purchasing IT), Baris Bayram (ICT Architect) a Thomas Tieftrunk (CSB Consultant) pracují všichni v IT oddělení Bell Food Group v Basileji.

Snadné rozhodování

V dnešní době existuje obrovské množství značek a každý člověk se denně setkává s jejich obrovským množstvím. Oblast potravin přitom patří k trhům s velice silnou konkurencí.

V této «džungli» poskytují značky s poselstvím, které nesou, spotřebitelům vodítko a pomáhají jim při rozhodování. Často nejde jen o nabídku dobrého produktu, ale také o vyjádření určitého životního postoje.

V ideálním případě kupují zákazníci výrobky určité značky opakovaně. Tak vzniká dlouhodobá loajalita značce.

BRESC

Bresc nabízí inspiraci pro evropskou gastronomii svými chlazenými česnekovými a bylinkovými produkty. Značka je symbolem inovativních výrobků mise-en-place s chutí čerstvě sklizených rostlin.

Odkdy: 1991

Kde: Nizozemsko, Belgie, Německo, Švýcarsko, Rakousko, Francie, Švédsko, Itálie, Řecko, Maďarsko, Polsko, Česká republika

Organizace: Hügli

Cílová skupina: food service, potravinářský průmysl

Sortiment: výrobky z česneku a bylinek, marinády, glazury, aioli, pesta, dipy a mnoho dalšího


ERNTSEGEN

Erntesege znamená přirozenost a vysokou kvalitu a díky svým dlouholetým zkušenostem a tradici splňuje požadavky na odpovědné potraviny, které dobře chutnají.

Odkdy: více než 40 let

Kde: Německo

Organizace: Hügli

Cílová skupina: retail

Sortiment: vývary, originální sůl, polévky, omáčky, tekuté koření


EDEN
DAS GUTE DER NATUR

Eden přináší to dobré z přírody do moderního každodenního života. Značka sází na bio-convenience se stoprocentně přírodními a ověřenými přísadami. Receptury vznikají ve spolupráci s profesionálními kuchaři.

Odkdy: 1893

Kde: Německo, popř. brzy region Německo, Rakousko, Švýcarsko

Organizace: Hügli

Cílová skupina: retail

Sortiment: bio-convenience, eintopf, rajčatové omáčky


GOURMET
naturel

Pod značkou **Gourmet naturel** se nabízí kvalitní čerstvé hovězí maso. Maso z mladých býků pochází výhradně ze zemědělských výrobních družstev a podniků ve Francii.

Odkdy: 1989

Kde: Německo

Organizace: Bell Německo

Cílová skupina: retail, food service

Sortiment: čerstvé maso


Maison de Savoie

V sortimentu **Maison de Savoie** se nacházejí kvalitní speciality ze sušených salámů a šunky a regionální specialita «diots» – vše podle typických receptur z regionu Savojska.

Odkdy: 1934

Kde: Francie, zámořské departmenty, Kanada

Organizace: Bell Francie

Cílová skupina: retail

Sortiment: sušené salámy, šunka, «diots» ze Savojska


Cher-Mignon
SPECIALITES VALAISANNES DEPUIS 1967

Cher-Mignon je značkou tradičních specialit ze sušeného masa z kantonu Wallis, vyráběných podle receptur, které se předávají po generace.

Odkdy: 1910

Kde: Švýcarsko

Organizace: Bell

Cílová skupina: retail

Sortiment: sušené maso z kantonu Wallis


eisberg
simply fresh

Eisberg nabízí čerstvé, hotové saláty, zeleninu a ovoce pro segment maloobchodu, potravinářský průmysl a food service. Značka patří k předním v Evropě a ve Švýcarsku a východní Evropě je jedničkou.

Odkdy: 1972

Kde: Švýcarsko, Německo, Rakousko, Lichtenštejnsko, Maďarsko, Bulharsko, Polsko, Česká republika, Rumunsko, Slovensko, Chorvatsko, Moldavská republika

Organizace: Eisberg

Cílová skupina: retail, food service, potravinářský průmysl

Sortiment: ultra čerstvé convenience


hubers

Hubers je jednou z nejoblíbenějších značek drůbežního masa v Rakousku se širokým sortimentem od čerstvého masa po uzeniny.

Odkdy: 1973

Kde: Rakousko, Německo

Cílová skupina: retail, food service

Sortiment: drůbež





Geiser je jedním z předních dodavatelů masa a masných výrobků pro gastronomický trh v německy mluvícím Švýcarsku, zejména v oblasti Curychu.

Odkdy: 1947

Kde: Švýcarsko, oblast Curychu

Organizace: Bell

Cílová skupina: Retail, food service

Sortiment: Maso, uzeniny, lahůdky, ryby



Příslib požitku a kvality

Díky silnému růstu Bell Food Group se v posledních letech stále více rozšiřuje i portfolio značek skupiny. Dnes skupina zahrnuje asi 30 značek.

Společně podporují hlavní zásadu Bell Food Group «Leading in Food». Pro dosažení této vedoucí pozice v evropském potravinářském sektoru sázejí značky skupiny mimo jiné na požitek, kvalitu, inovace a smysl pro odpovědnost jako jednotící prvky.



Natuco je současná odpověď na rychlé vaření. Značka představuje «skutečně bio», nejlepší chuť z poctivých surovin a stoprocentní klimatickou neutralitu díky kompenzaci nevyhnutelných emisí CO₂.

Odkdy: 2022

Kde: Německo

Organizace: Hügli

Cílová skupina: retail

Sortiment: polévky, omáčky, vývary, koření směsi



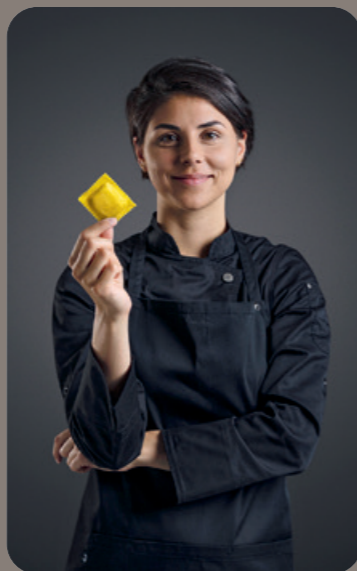
Hügli je jedním z největších B2B dodavatelů trvanlivých výrobků convenience v Evropě. Díky svým vysokým kulinářským standardům je značka přímo v centru každodenního života svých zákazníků z oblasti gastronomie.

Odkdy: 1935

Kde: Německo, Švýcarsko, Rakousko, Itálie, Řecko, Maďarsko, Polsko, Česká republika, Slovensko, Velká Británie

Cílová skupina: food service, potravinářský průmysl

Sortiment: vývary, koření, koření směsi, polévky, omáčky, základy a mnoho dalšího



It's Vegic je značka společnosti Hilcona Food Service, která nabízí inovativní bezmasá řešení pro profesionální kuchyně a pro pestrý veganský požitek během chvilky.

Odkdy: 2015

Kde: Německo, Rakousko, Švýcarsko, Francie

Organizace: Hilcona

Cílová skupina: food service

Sortiment: vegetariánské alternativy masa a jídla



Pod značkou **Le Buron des Puys** prodává společnost Bell Francie malý sortiment sušených salámů z Auvergne.

Odkdy: 2020

Kde: Francie

Organizace: Bell Francie

Cílová skupina: retail

Sortiment: sušené salámy z Auvergne



Hilcona nabízí svým zákazníkům z maloobchodu a food service velký výběr čerstvých produktů. Zaměřuje se na těstoviny, jídla, vegetariánské a ultra čerstvé výrobky.

Odkdy: 1935

Kde: Švýcarsko, Německo, Rakousko, Francie, Itálie, Velká Británie

Cílová skupina: retail, food service

Sortiment: convenience



Exkluzivní řada těstovin **La Pasteria** je značka food service pro kvalitní těstoviny, které jsou příslibem maximálního kulinářského požitku.

Odkdy: 2004

Kde: Francie

Organizace: Hilcona

Cílová skupina: food service

Sortiment: těstoviny

Velká rozmanitost

Každá jednotlivá značka Bell Food Group má svůj vlastní image. Některé se rozvíjejí již více než 100 let, jiné vznikly nedávno. Aby tuto rozmanitost strukturovali, rozdělili ji odpovědní pracovníci na strategické a specializované značky. Těmi prvními jsou čtyři zastřešující značky Bell, Eisberg, Hilcona a Hügli.

«Pro naši skupinu jsou zásadně důležité a jsou hnacím motorem obratu, a proto tvoří základ naší základní strategické orientace,» vysvětluje Sarah Sutter, vedoucí brand managementu Bell Food Group. «Speciální značky se naproti tomu zaměřují spíše na jednotlivé aspekty. Může jít například o nabídku výrobků z určitého regionu nebo pro specifický tržní segment.»

Základní směr jejich zařazení určuje strategie značek Bell Food Group. Za řízení jednotlivých značek odpovídají marketingoví manažeři v příslušných obchodních oblastech.



Vogeley

Vogeley přináší sladké zpestření do nabídky dezertů v gastronomii a podporuje zákazníky food service při výrobě těch nejlepších dezertů.

Odkdy: 1892

Kde: Německo, Švýcarsko, Rakousko, Itálie, Maďarsko, Polsko, Česká republika, Slovensko

Organizace: Hügli

Cílová skupina: food service

Sortiment: crème pâtissière, panna cotta, mousses, pudinky a mnoho dalšího



Service Gastronomie Molard Genève nabízí zákazníkům z gastronomie v oblasti Ženevy služby spojené s masem přímo na míru.

Odkdy: 1921

Kde: Švýcarsko, oblast Ženevy

Organizace: Bell

Cílová skupina: food service

Sortiment: čerstvé maso, uzeniny, lahůdky



Díky bujónům, omáčkám a dresinkům od společnosti Tellofix není dosažení požadované chuti otázkou časově náročného a složitého ochucování s mnoha přísadami, ale je nekomplikované a rychlé.

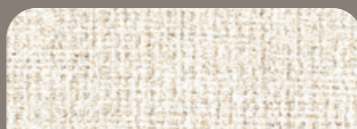
Odkdy: 1968

Kde: Německo

Organizace: Hügli

Cílová skupina: retail

Sortiment: polévky, omáčky, vývary



Tutto Gusto nabízí autentické potraviny pro italskou kuchyni. Zákazníci B2B zde najdou od sůla až po těstoviny ty nejlepší přísady s nejrůznějšími možnostmi použití.

Odkdy: 1983

Kde: Itálie, Švýcarsko, Německo, Rakousko, Itálie, Maďarsko, Polsko, Česká republika, Slovensko

Organizace: Hügli

Cílová skupina: food service

Sortiment: antipasti, krémy, rajčatové výrobky, těstoviny, tuňák a mnoho dalšího



Značka The Green Mountain patří k průkopníkům ve výrobě kvalitních alternativ masa na rostlinné bázi. Burgery, steaky a spol. se svým vzhledem, chutí a texturou velice blíží svým vzorům.

Odkdy: 2019

Kde: Švýcarsko, Německo, Rakousko

Organizace: Hilcona

Cílová skupina: retail, food service

Sortiment: alternativy masa na rostlinné bázi



Sylvain & CO je regionální švýcarská značka pro ultračerstvé výrobky convenience co se týče salátů a ovoce. Jedním z vlahkových produktů této řady je řada salátových dresinků Grand-Mère.

Odkdy: 1950

Kde: Švýcarsko

Organizace: Eisberg

Cílová skupina: retail

Sortiment: míchané a balené saláty, ovoce, dresingy



Značka Sánchez Alcaraz představuje tradiční španělské šunkové a uzenářské speciality. Zaměřuje se na kvalitní šunky Iberico a Serrano.

Odkdy: 1985

Kde: Španělsko, Portugalsko, Švýcarsko, Polsko, Francie, Benelux, Kuba

Organizace: Bell International

Cílová skupina: retail, food service

Sortiment: španělské šunky a uzeniny



Stein's BEST

Značka Stein's Best označuje studené omáčky, dresinky, směsi na potírání a marinády, které mohou dodavatelé pokrmů používat mimo jiné ke zpestření nabídky ke grilování.

Odkdy: 2016

Kde: Švýcarsko, brzy rozšíření do Německa a dalších evropských zemí

Organizace: Hügli

Cílová skupina: food service

Sortiment: majonéza, kečup, hořčice, salátové dresingy, studené omáčky a další



Novinky z Bell Food Group pro chladné dny

UDĚLEJTE SI ZE ZIMY SVÉ OBLÍBENÉ OBDOBÍ

V soutěži o nejoblíbenější roční období to má zima těžké. Přitom pro ni hovoří mnohé. V neposlední řadě je možné si chladnější měsíce krásně vychutnat. S novinkami od Bell Food Group si teď zima může připsat pár dalších bonusových bodů a minimálně do příštího nástupu jara zlepšit své postavení. • mr



Eden: inspirace do regálu s rajčatovými omáčkami

Značka Eden společnosti Hügli nabízí od letošního pozdního léta se svou omáčkou VeCotta první veganickou rajčatovou omáčku s ricottou. Její krémová a kořeněná receptura vzniká souhrou mletých kešu oříšků, jemných vloček droždí a italských rajčat. Vše v té nejlepší bio kvalitě – to nejlepší z přírody v každé sklenici. Neexistuje snadnější způsob, jak jíst kvalitně a chutně.



Eisberg Rakousko: rozdíl je ve směsi

Zákazníci velkého maloobchodního řetězce v Německu a Rakousku se mohou těšit na novou salátovou misku od firmy Eisberg: v říjnu byl do prodeje uveden salát v asijském stylu. Varianta připravená ke konzumaci s čínským zelím, římským salátem, mrkví, salátem radiccio a klíčky fazolí mungo. Kromě toho rakouští kolegové svými novými mrkvovými hranolky ve tvaru vlnek pro velký řetězec rychlého občerstvení dokazují, že i rychlé občerstvení může být zdrojem vitaminů.



Abraham: inspirována americkou BBQ

Hvězdami sezóny u společnosti Abraham jsou dva silně kořeněné šunkové výrobky. Šunka v americkém BBQ stylu získává zvláštní chuť uzením nad dřevěným kouřem hickory, zatímco k podávání připravené kostky šunky v americkém BBQ stylu přinášejí na talíř zvláštní tón díky příchuti žeber spareribs. Oběma novinkami ze samoobslužného regálu podporuje tato značka společnosti Bell Německo obchod při akčních týdnech na téma USA, jako například každoročně v únoru, kdy se koná Superbowl.



Hügli: jako čerstvě uvařené

Kulinářští specialisté společnosti Hügli opět hledali řešení, která by usnadnila každodenní život v gastronomii. Výsledkem je nová řada prémiových omáček s pěti autentickými druhy Glace de Viande, Demi Glace, Brasato all Barbera d'Asti, cibulovou omáčkou a Sauce Échalote. Vše vyrobené jako v gastronomii: z nejlepších přísad, podle tradičních receptů a se spoustou času – jako čerstvě uvařené.



Sylvain & CO: salát a zelenina pro zimní sezónu

Společnost Sylvain & CO podporuje dvě značky ze skupiny Coop novinkami plnými vitamínů: pro řadu Betty Bossy vyvinula sáčkový salát «Twister» s baby špenátem, mrkví a červenou řepou a také novou misku zeleniny do trouby. Tato k vaření připravená podzimní směs obsahuje kromě růžičkové kapusty, dýně, červeného zelí a hub také růžičku bylinkového másla. Kromě toho rozšiřuje tento výrobce ze skupiny Eisberg od poloviny září sortiment Naturaplan společnosti Coop o bio směs Zima. Sezónní sáčkový salát obsahuje batavii, baby špenát, zimní endivii a cicorino rosso.

KLASIKA V NOVÉM KABÁTĚ

Oblíbené výrobky Quick od společnosti Bell Švýcarsko přitahují díky novému designu obalů ještě větší pozornost.



Skupina Quick se nedávno představila v novém, moderním vzhledu. Tato klasická značka, která je již od roku 1971 pevnou součástí jídelníčku mnoha švýcarských gurmánů, tak opět dostala nový, moderní design.

I přes redukované pojetí jsou nejdůležitější detaily výrobků Schinkli, Schüfeli a Züngli patrné na první pohled. Stejně jako u mnoha dalších výrobků Bell zajišťuje atraktivní prezentaci produktu matně černé pozadí.

Celkově byl design dále propracován tak, aby zákazníci rychle našli svůj oblíbený produkt i v novém kabátě.



www.bell.ch/de/themenwelten/quick/



Kulinářské zvyklosti pro sváteční dny z Bell Food Group

Takto slavíme my

Rodina, přátelé a dobré jídlo – před svátky trávíme v kuchyni hodně času, vytahují se tradiční recepty a připravují se speciální pochoutky, které se během roku na stůl nedostanou. Zaměstnanci nám prozradili, co při těchto zvláštních příležitostech podávají.

Íd (svátek cukru) – svátek přerušení půstu

Íd je nejdůležitějším svátkem islámu před svátkem oběti. Následuje po ramadánu, který probíhá v jednom ze čtyř ročních období podle lunárního kalendáře. Ti, kteří dodržují postní měsíc, po dobu 30 dní jedí a pijí výhradně před východem slunce a po jeho západu.

Jashar Berisha, vedoucí logistiky ve společnosti Hügli ve Steinachu, dbá na to, aby v tomto období začínal svůj pracovní den raním jídlem bohatým na bílkoviny, kam patří vejce a sýr. «Také datle jsou oblíbené, protože obsahují hodně energie a vlákniny.» Rezervy musí ostatně vydržet po celý den. «Po práci si na chvíli lehnu, abych načerpal síly.» Pak následuje večere, často s hosty, jako jsou další členové rodiny, přátelé nebo sousedé, kteří jsou pozváni ke společnému jídlu. Podává se vše, co je na stole i mimo postní dobu. «U nás

«Díky době odříkání získává společné jídlo enormně na hodnotě.»

máme například polévku, maso a jako dezert něco sladkého.»

Yasemin Göksu, Tinik Zeliha a Özlem Zengin, pracovnice výroby Ultračerstvého zboží Convenience ve společnosti Hilcona, mají na programu turecké pokrmy jako čočková polévka, sarma nebo börek. Důležitější než otázka, co skončí na talíři, je citelná změna vnímání. «Kvůli odříkání získává společné jídlo enormně na hodnotě,» říká Jashar Berisha.

Během ramadánu bere každý den do ruky korán a čte jednu z 30 kapitol díla tvořeného 114 súrami. Čtení končí přesně s koncem ramadánu. Na konec každého dne patří také modlitba tarawih, která následuje po noční modlitbě.

První den po ramadánu nastává hodina svátku íd. Přerušení půstu má svou vlastní modlitbu, kterou se muži společně modlí v mešitě. Pak se vracejí zpět ke svým rodinám, kde se za námahu a odříkání uplynulého měsíce odmění bohatým obědem. U stolu se shromáždí celá rodina, prarodiče, tety, bratři, všichni jsou vítáni.

Yasemin Göksu, Tinik Zeliha a Özlem Zengin podávají bramborový salát po turecku, sarmu, kurabiye (různé sušenky) a su böreki, pokrm z těsta, který se vaří ve vodě a zapéká s vejci. Jashar Berisha vypráví: «V naší rodině připravujeme pide, plochý chléb z kynutého těsta, naplněný bramborami, sýrem nebo pórkem.»

Po hlavním chodu často následuje procházka a návštěva příbuzných nebo přátel. «Ke kávě se pak podává baklava v nejrůznějších variacích.» Pečivo z listového těsta se podle rodinného receptu plní vlašskými ořechy, mandlemi nebo pistáciemi. Namáčí se do medu nebo cukrového sirupu a dá se říct, že svou sladkostí dělá svátku íd, jinak také svátku cukru, opravdu čest.



Jashar Berisha
vedoucí logistiky ve společnosti Hügli ve Steinachu



Yasemin Göksu



Tinik Zeliha



Özlem Zengin
zaměstnankyně výroby Ultračerstvého zboží convenience ve společnosti Hilcona

Děkuvzdání v pohraničním trojúhelníku – dobří přátelé mají ptáka



Maryline Kastler
asistentka vedoucího logistiky
a interní jazyková koučka ve
společnosti Bell v Basileji

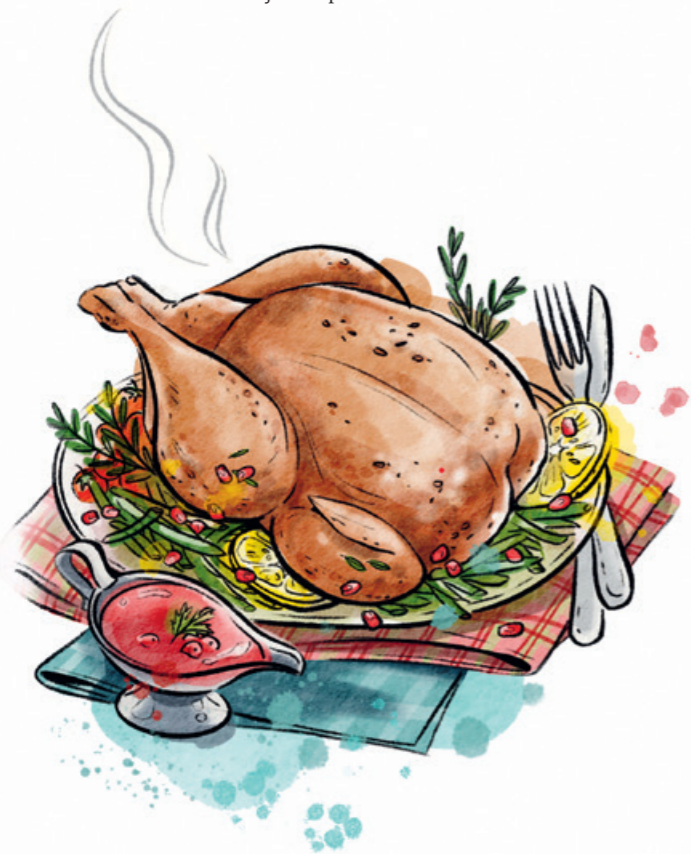
Ke konci roku, kdy se dny krátí a noci prodlužují, se Maryline Kastler setkává s přáteli a sousedy u večeře na Den děkuvzdání. «Tuto tradici jsme založili před několika lety, když se do příhraničního trojúhelníku Německa, Francie a Švýcarska vrátili naši blízcí přátelé, kteří dříve žili v USA,» vypráví Maryline Kastler, která pracuje jako asistentka vedoucího logistiky a interní jazyková koučka ve společnosti Bell v Basileji. «Většina hostů jsou lidé, kteří žili v zahraničí, k nim se přidávají další přátelé a sousedé, kteří slaví spolu

Vyjádření vděčnosti za život.

s námi.» Oslava začíná dlouho předtím, než se usedne ke stolu, a to již při přípravě slavnostního menu. «Když v útulné atmosféře v kuchyni připravujeme pokrmy, povídáme si o vybraných surovinách a receptech a oslavujeme společné setkání.»

Americký Den děkuvzdání se slaví každoročně poslední čtvrtěk v listopadu a v USA je jedním z nejdůležitějších svátků v roce. Když se sejdete s rodinou a pochutnáte si na bohatém jídle, vyjádříte tím svou vděčnost za život. K tradici také patří, že úřadující americký prezident dostane darem krocana. Pak ptáka zpravidla omilostní a ten tak neskončí na talíři jako slavnostní pečínka.

Při tradiční večeři na Den děkuvzdání je v centru pozornosti krocan, který neměl to štěstí, že se mu dostalo od vlády milosti. Menu je bohaté a jeho příprava zabere nějaký čas. «Jelikož je nás hodně a každý přispívá svým dílem, postupujeme rychle a brzo se můžeme přesunout z kuchyně k jídelnímu stolu.» V posledních letech se uprostřed Evropy zabydlela americká tradice, kdy se přibližně 20 přátel sejde, aby strávili příjemný večer a oslavili život. Plněný krocan se podává s omáčkou k pečení a brusinkovou omáčkou a doplňují ho zelené fazolky s osmaženou cibulkou, gratinované sladké brambory s marshmallows a zapečené brambory. «Nikdo neopouští stůl hladový, je to svátek plnosti a radosti, který stejnou měrou naplňuje naše srdce i žaludky,» nadšeně líčí Maryline Kastler. To by se mělo stát nejpozději tehdy, když se jako dezert podávají zcela klasicky pekanové a dýňové koláče.



Velikonoce v Rumunsku – půst a oslava

Velikonoce nejsou všude stejné. Zatímco na římskokatolickém západě Evropy se Velikonoce slaví podle gregoriánského kalendáře, na pravoslavném východě se používá kalendář juliánský. V Rumunsku tak začínají velikonoční oslavy o 13 dní později než například v Polsku. Období půstu, které velikonoční svátky předznamenává, trvá sedm až osm týdnů. Během prvních sedmi dnů, zvaných také sýrový týden, je zvykem jíst mléčné výrobky. «Je takový zvyk, že navštívíte svého kmotra a upečete mu tvarohový koláč,» říká Nicoleta Scarlat, obchodní manažerka ve společnosti Eisberg v Rumunsku. V následujících týdnech se nesmí jíst žádné potraviny živočišného původu, tj. žádný sýr ani mléko, ale ani maso nebo ryby. «U ryb platí v určité dny výjimka.

S vejci jsou spojeny různé zvyky.

V této době jsou také zakázány olej a ocet.» Poslední víkend před samotnými Velikonocemi se slaví květinová neděle, a to především všichni, kteří mají ve svém jménu květinu, například Florentina, Lăcrămioara nebo Narcisa.

S blížícími se Velikonocemi začíná mnoho rodin barvit vajíčka. Důležitou rolí při barvení a malování hraje červená jako symbol prolité Ježíšovy krve. «Používají se i jiné barvy a vznikají překrásné ornamenty,» vypráví Nicoleta Scarlat. V rumunském regionu Bukovina na severovýchodě Karpat je dokonce muzeum vajec, kde je vystaveno více než 11 000 vajec z celého světa spolu s tradičními velikonočními vajíčky z regionu, zdobenými ornamenty. S vejci jsou spojeny různé zvyky. Uhodí se



s nimi o sebe nebo se vloží do vody a pak se touto vodou umyje obličej. To má přinést zdraví a krásu. Je také zvykem rozdávat chudým na ulici vajíčka a koláče.



Nicoleta Scarlat
obchodní manažerka
ve společnosti Eisberg
v Rumunsku

«Bez ohledu na výši příjmů investují Rumuni do velikonočního úklidu spoustu času,» říká Nicoleta Scarlat. Každý dům by měl být čistý, čerstvě vymalovaný a uklizený. Po Velkém pátku, kdy je kuchyně zavřená a dodržuje se půst, kladou slavící o to větší důraz na přípravu velikonočního menu. Připravuje se především jehněčí maso. Tak je tomu i v případě receptu od matky Nicolety Scarlat, který vám zde v hrubých rysech prozradíme: «Srdce, ledviny, játra a další orgány dvou jehňat se uvaří a poté nakrájí na malé kousky. Spolu s 60 vejci a asi třemi kilogramy jarní cibulky, mladého česneku a petrželky se vše na hodinu vloží do trouby.» Jako dezert se podává rumunský velikonoční koláč pasca. Je to druh tvarohového koláče s rozinkami a rumem. «To nejdůležitější na Velikonocích je trávit čas s rodinou.» To spojuje všechny regiony Rumunska.

Srílanský nový rok začíná sladce



Lankananda Perera
business development
manager ve společnosti
Hügli

«Lidé na Srí Lance obecně slaví často a rádi,» říká Lankananda Perera s úsměvem na rtech, a to nejen tehdy, když si vybaví živé vzpomínky na své dětství. Pro srílanský Nový rok existují dva názvy. Sinhálští buddhisté mu říkají Aluth Avuruđu, pro tamilské hinduisty je to Puthandu – oba jsou také známé jako sinhálský a tamilský nový rok. Lunární kalendář udává, kdy se oslavy konají. Je to každý rok mezi 12. a 15. dubnem. Je to jeden z nejdůležitějších svátků v roce a přípravy na něj začínají již několik týdnů před samotným svátkem. «Když je v ulicích vesnic cítit sladká vůně, víte, že už se to blíží,» říká Lankananda Perera, který pracuje jako business development manager ve společnosti Hügli.

V průběhu několika týdnů se v kuchyních na venkově připravují nejrůznější sladkosti na oslavy. Vyrábějí se hlavně z rýžové mouky, někdy také z pšeničné mouky a ze sirupu z kokosových květů a na slavnostní tabuli přicházejí smažené, někdy také obalené ve strouhaném kokosu. Předtím, než se sváteční společnost vrhne na sladkosti, se podává tradiční rýžový koláč.

«Lidé na Srí Lance obecně slaví často a rádi.»

Kiribath lze přirovnat k tuhému rýžovému nákypu a skládá se z rýže, kokosového mléka a soli.

«Rýžový koláč je považován za talisman pro štěstí.» Jí se s čatni, pikantní omáčkou z chilli papriček a cibule. «K tradici také patří nechat mléko použité na rýžový koláč při vaření přetéct v hrnci. Přetečení mléka symbolizuje blahobyť.»



Když se rodina sejde u svátečního jídla a oslavuje pospolitost, je zvykem, že si všichni členové rodiny obléknou jako symbol čistoty něco nového. Každý si oblékne nové kalhoty, košili nebo šaty. «Pro mnoho dělníků, kteří pracují v hlavním městě, je novoroční týden jediným týdnem v roce, kdy dostanou volno.» Práce je v tomto zvláštním ročním období neobvyklá. Poté se vrací ke svým rodinám na venkově a všichni společně oslavují Nový rok, který zároveň symbolizuje konec období sklizně. «Patří k tomu i vzájemné obdarování, zejména mezi rodiči a dětmi. Ale je to mnohem méně bláznivé, než jak to znám z Vánoc.» V následujících dnech jsou na programu návštěvy příbuzných a přátel. Vždy se spoustou chutných dáreků v zavazadle: sladkosti všech tvarů a barev, které nejen chutnají, ale také dodávají dostatek energie na velké oslavy.

Velikonoce v Polsku – rodinný svátek

V Polsku, kde hraje důležitou roli římsko-katolická víra, začínají oslavy již týden před samotnými Velikonocemi. «Týden před Velikonocemi navštěvujeme kostel s barevnou palmovou ratolestí. Během mše kněz tyto větvičky požehná,» vysvětluje Magda Kamińska, obchodní a marketingová specialista ve společnosti Bell Polsko. Pestrobarevná větvička později ozdobí sváteční stůl. Den před velikonoční snídaní, která je jedním z vrcholů čtyřdenních oslav, navštíví věřící kostel podruhé. Tentokrát s košíkem naplněným až po okraj obarvenými vajíčky, klobásami, chlebem, solí a koláči. Kněz každému košíku požehná, aby se o jeho obsah mohl následující den rozdělit mezi rodinu při velikonoční snídani. «Je také tradicí, že vajíčka společně s celou rodinou barvíme a zdobíme.» Vejce jako symbol zmrtvýchvstání Ježíše Krista symbolizuje i v mnoha jiných kulturách plodnost a nový život. Během polských velikonočních oslav se používá v mnoha pokrmech.

Ať už je to nádívka, salát nebo majonéza. Také tradiční polévka žurek se podává s vejci a jí se s bílými klobásami. «Zatímco vajíčko je v těchto dnech králem polského jídelního stolu, jeho královnou je vegetariánský salát,» vysvětluje Magda Kamińska. Ten může mít různé příchuti, ale vždy se připravuje s majonézou. Přísady mohou být: na kostky nakrájené brambory, mrkev, celer, nakládané okurky, hrášek, kukuřice, cibule, jablka a pórek. Často se podává také nářez z pečeně a těstoviny.

Velmi oblíbeným dezertem je mazurka. Jedná se o plochý koláč s různými přísadami, jako je mandlová pasta, konzervované nebo sušené ovoce a ořechy. Kromě toho se na Velikonoce připravuje sladký kynutý koláč: babka. Polské slovo «baba» a jeho zdvojnásobení «babka» znamenají buď «babička» nebo «stará paní», někdy také jen «paní». Koláč má tvar válce s otvorem uprostřed. Někdy jsou boky žebrované, což připomíná záhyby sukně. Čokoládový zajiček, který se zejména v německy mluvících zemích Evropy stal, nejen pro děti, nedílnou součástí velikonočních oslav, je naopak v Polsku mnohem méně rozšířený. V zásadě se není čemu divit, když si vzpomene na všechna sladká pokušení, jako je babka a mazurka. • sh

«Celá rodina maluje a zdobí vejce.»



Magda Kamińska
Obchodní a marketingová
specialista ve společnosti
Bell Polsko

Pracovní jubilea a odchody do důchodu od ledna do března 2024

«Začínal jsem s papírem a tužkou – dnes pracuji na počítači»



Max von Euw 40 odpracovaných let

Pozice: pomocná síla v živočišné výrobě (důchodce)

Divize: Bell Švýcarsko

Místo: Bell Švýcarsko, Zell

Jak se stalo, že jste se před 40 lety ucházel o práci ve společnosti Bell? Předtím jsem byl čtyři roky v Saúdské Arábii. Vedoucím tohoto projektu byl pan Stauffer (prezident SEG Basilej), který mi zprostředkoval mé první místo v tehdejší společnosti SEG AG (dnes Bell Švýcarsko Drúbež v Zellu). Tam jsem pracoval jako poradce pro producenty drůbeže ve středním Švýcarsku.

Co se za těch 40 let, co jste ve společnosti Bell, změnilo nejvíce? Při převzetí společností Bell došlo k zásadnímu posunu od družstevního myšlení na počátku až k myšlení zaměřenému na zisk. Převzetím se také změnila spolupráce s producenty. Převzetím mělo také svá pozitiva: bylo možné uzavřít integrovanou výrobu a zvýšila se bezpečnost výroby pro producenty.

Převzetím společností Bell se změnila také oblast mé působnosti: ta se od té doby zaměřila jen na produkci masa, produkci vajec zajišťovala společnost Ei AG.

Velmi se rozšířila také výrobní kapacita. Ta se do dnešního dne více než zdvojnásobila, stejně jako spotřeba. Kromě toho se neprodávala téměř

žádná porcovaná kuřata. Další velkou změnou je samozřejmě digitalizace. Začínal jsem s papírem a tužkou, práci jsem končil u počítače. Zpočátku pro mě byla tato změna velmi obtížná.

Je také něco ve vašem každodenním pracovním životě, co se za ta léta vůbec nezměnilo? Během mého působení v poradenské službě měli producenti velký zájem o výrobu. Pokládali produkci drůbeže za důležité odvětví.

Jaký zážitek z Vašeho působení ve společnosti Vám navždy zůstane v paměti? Nikdy nezapomenu na to, jak jsem musel vypovědět smlouvy deseti producentům, protože velikost jejich stájí už neodpovídala koncepci.

Co Vám dnes ve Vaší práci dělá největší radost? Moje činnosti byly vždy velmi zajímavé a mohl jsem si užívat svou společenskost. Měl jsem také velké štěstí, že jsem pracoval v dobrém kolektivu.

Po odchodu do důchodu rád pomáhám v živočišné výrobě a udržuji tak kontakt se zaměstnanci a producenty.

20 odpracovaných let

Marc-André Bähler • 1. ledna, Bell Švýcarsko, Cheseaux

Fabien Brand • 1. ledna, Bell Švýcarsko, Basilej

Curt Francis • 1. ledna, Bell Švýcarsko, Zell

Sandra Kutter • 1. ledna, Hügli, Radolfzell

Helene Muralt • 1. ledna, Hügli, Švýcarsko

Andreas Oblak • 1. ledna, Hilcona, Schaan

Ramazan Sarac • 1. ledna, Hilcona, Schaan

Gabriela Schönholzer • 1. ledna, Hügli, Švýcarsko

Nikolle Selmanaj • 1. ledna, Bell Švýcarsko, Zell

Gerhard Meixner • 2. ledna, Frisch Express, Pfaffstätt

Ina Taute • 2. ledna, Bell Německo, Harkebrügge

Jérôme Lallemand • 12. ledna, Bell Švýcarsko, Basilej

Sven Block • 18. ledna, Hügli, Radolfzell

Thomas Malek • 19. ledna, Hügli, Radolfzell

Mire Tomaj • 26. ledna, Bell Švýcarsko, Zell

Simon Rothen • 1. února, Bell Švýcarsko, Cheseaux

Zelidar Tutic • 1. února, Hilcona, Schaan

Michael von Gunten • 1. února, Bell Švýcarsko, Cheseaux

Jean-Luc Damien Cipriano • 16. února, Bell Švýcarsko, Cheseaux

Bernd Neeb-Willms • 16. února, Bell Německo, Harkebrügge

Julien Touze • 16. února, Bell Francie, Teilhède

Nezir Bllaca • 24. února, Eisberg Švýcarsko, Dällikon

William Armisse • 1. března, Bell Švýcarsko, Basilej

Oktay Can • 1. března, Bell Švýcarsko, Basilej

Koutoua Dadié • 1. března, Bell Švýcarsko, Cheseaux

Violeta Djokic • 1. března, Hilcona, Schaan

Bilal Klosi • 1. března, Bell Švýcarsko, Zell

Qani Krasniqi • 1. března, Hilcona, Schaan

Jürgen Machoritsch • 1. března, Hilcona, Schaan

Leonora Shala • 1. března, Bell Švýcarsko, Zell

Monika Sommer • 1. března, Bell Švýcarsko, Oensingen

Pamela Stählin • 1. března, Bell Švýcarsko, Oensingen

Régis Thiebault • 1. března, Bell Švýcarsko, Basilej

Alain Montani • 8. března, Bell Švýcarsko, Basilej

Palmira Da Silva Santos • 15. března, Bell Švýcarsko, Cheseaux

Nezha Khoulafane • 15. března, Bell Švýcarsko, Basilej

Natalia Bomatgireev • 16. března, Süddeutsche Truthahn AG, Ampfing

Toni Schöpfer • 16. března, Bell Švýcarsko, Zell

Georg Kirchmaier • 1. dubna, Süddeutsche Truthahn AG, Ampfing

25 odpracovaných let

Philipp Allemann • 1. ledna, Bell Švýcarsko, Basilej

Catherine Baumann • 1. ledna, Bell Švýcarsko, Basilej

Manuel Carapinha Gomes • 1. ledna, Hilcona, Schaan

Kornel Eggenschwiler • 1. ledna, Eisberg Švýcarsko, Dällikon

Jean-Marc Keller • 1. ledna, Bell Švýcarsko, Basilej

Marc Levrat • 4. ledna, Bell Švýcarsko, Cheseaux

Nurten Selmani • 4. ledna, Bell Švýcarsko, Zell

Helena Haziraj-Gerein • 5. ledna, Hügli, Radolfzell

Hannes Sieberer • 11. ledna, Hügli AT, Hard

Claudio Ravasi • 25. ledna, Huegli Ali-Big, Brivio

Matthias Aldenhoff • 1. února, Hügli, Radolfzell

Ueli Giger • 1. února, Hilcona, Schaan

Werner Ott • 1. února, Hilcona, Schaan

Andreja Unger • 1. února, Hügli, Radolfzell

Hartwig Egli • 8. února, Hügli, Švýcarsko

Diogjen Krasniqi • 8. února, Bell Švýcarsko, Zell

Mark Williams • 8. února, Bell Švýcarsko, Cheseaux

Jasmin Iriskic • 15. února, Hügli, Radolfzell

Matthias Badura • 1. března, Bell Německo, Edewecht

Michael Breitenberger • 1. března, Hilcona, Schaan

Paulo Bunga • 1. března, Bell Švýcarsko, Basilej

Alexander Juneck • 1. března, Hilcona, Schaan

Christoph Walter • 1. března, Bell Švýcarsko, Oensingen

Alain Froehlicher • 15. března, Bell Švýcarsko, Basilej

Aktuální nabídky
zaměstnání najdete na:
bellfoodgroup.com/karriere

30 odpracovaných let

Andreas Bühler • 1. ledna, Bell Švýcarsko, Zell

Manuel Francisco Calvo Lago • 1. ledna, Hilcona, Schaan

Othmar Dubach • 1. ledna, Bell Švýcarsko, Zell

Sandra Fischer • 1. ledna, Hügli, Radolfzell

Heinrich Niederklopfen • 1. ledna, Bell Švýcarsko, Churwalden

Roman Müller • 3. ledna, Eisberg Švýcarsko, Dällikon

Jaroslav Čuchal • 1. února, Hügli Food s.r.o., Zásmyky

Hans Peter Siegel • 1. února, Hügli, Radolfzell

Vincent Hauger • 1. března, Bell Švýcarsko, Basilej

Sophy Raquidel • 2. března, Bell Francie, Virieu-le-Grand

Jorge Francisco Da Silva Monteiro • 14. března, Sylvain & CO, Essert-sous-Champvent

35 odpracovaných let

Konrad Stöckle • 2. ledna, Hügli, Radolfzell

Miguel Angel Martin-Maestro Iglesias • 9. ledna, Bell Španělsko, Fuensalida

Gerhard Mally • 10. ledna, Hilcona, Schaan

Georg Stöckle • 31. ledna, Hügli, Radolfzell

Didier Antonio • 1. února, Bell Francie, Teilhède

Kadriye Keskin • 1. února, Hügli, Radolfzell

Samuel Schär • 1. února, Hügli, Švýcarsko

Inge Dahl • 1. března, HFC, Bad Wünnenberg

Herve Haas • 1. března, Bell Švýcarsko, Basilej

Vera Zeller-Irskic • 6. března, Hügli, Radolfzell

Michel Daniel Gross • 18. března, Bell Švýcarsko, Basilej

Thomas Heer • 20. března, Hügli, Radolfzell

40 odpracovaných let

Max von Euw • 1. ledna, Bell Švýcarsko, Zell

Beatrix Imer • 1. února, Bell Švýcarsko, Zell

Předčasné odchody do důchodu

Mato Brnjic • 31. srpna, Bell Švýcarsko, Oensingen *(dodatek)*

Gerald Kueny • 30. září, Bell Švýcarsko, Basilej *(dodatek)*

Antonio De Brito Alves • 31. října, Hilcona, Schaan *(dodatek)*

Julio Lopez Santamaria • 31. října, Hilcona, Schaan *(dodatek)*

Joel Berne • 31. prosince, Bell Francie, Saint-Symphorien-sur-Coise *(dodatek)*

Patrick Essertel • 31. prosince, Bell Francie, Virieu-le-Grand *(dodatek)*

Siegfried Lötscher • 31. prosince, Bell Švýcarsko, Cheseaux *(dodatek)*

William Maache • 31. prosince, Bell Švýcarsko, Basilej *(dodatek)*

Maria Carolina Moreira Ferreira • 31. prosince, Bell Švýcarsko, Cheseaux *(dodatek)*

Ilyas Oezcan • 31. prosince, Bell Švýcarsko, Basilej *(dodatek)*

Engjell Balaj • 31. ledna, Bell Švýcarsko, Zell

Jose Martins da Costa • 31. ledna, Hilcona, Schaan

Brahim Ouhemou • 31. ledna, Bell Švýcarsko, Oensingen

Mario Kuschny • 31. března, Hilcona, Schaan

Thomas Türtscher • 31. března, Hilcona, Schaan

Odchody do důchodu

Hanife Morina • 31. října, Hubers Landhendli, Pfaffstätt *(dodatek)*

Monika Meier • 31. ledna, Bell Švýcarsko, Zell

Genevieve Ott • 31. ledna, Bell Švýcarsko, Basilej

Sivasutha Tharmalingam • 31. ledna, Bell Švýcarsko, Basilej

Beatrice Spring • 29. února, Bell Švýcarsko, Oensingen

Moritz Häfliger • 31. března, Hilcona, Schaan

René Kuratle • 31. března, Hügli Švýcarsko, Steinach

Flurina Palucaj • 31. března, Bell Švýcarsko, Zell

Willy Ruckstuhl • 31. března, Bell Švýcarsko, Zell

Loučíme se

Walter Bieri • 28. srpna, Bell Švýcarsko, Oensingen

Rodině a příbuzným zesnulého bychom chtěli vyjádřit naši upřímnou soustrast.

Srdečné blahopřání ke 100. narozeninám

15. dubna 2023 oslavil zaměstnanec společnosti Bell v důchodu, Theo Gürber, své 100. narozeniny. Bell Food Group mu ze srdce přeje k tomuto fantastickému jubileu vše nejlepší a hodně zdraví.

Theo Gürber začal svou kariéru v roce 1973 v tehdejší společnosti SEG Poulet AG (nyní Bell Švýcarsko Drůbež v Zellu) a po celou dobu pracoval v mraziřenském skladu. Po celá léta

byl vítaným zaměstnancem, až nakonec v roce 1988 odešel do zaslouženého důchodu.

Theo Gürber žije v domově pro seniory s pečovatelskou službou Violino v Zellu, kde se o něj již několik let výborně stará celý tým. K jeho 100. narozeninám jej navštívil penzista Theo Emmenegger, pracovník pro seniory* ve společnosti Bell Švýcarsko, aby mu osobně poblahopřál.



* Pracovníci pro seniory jsou zaměstnanci společnosti Bell Švýcarsko v důchodu, kteří organizují akce pro zaměstnance v důchodu a s radostí udržují kontakty s bývalými kolegyněmi a kolegy.

Zeptejte se nás

Existují vlastně v rámci Bell Food Group zásady vedení?

V současnosti máme pět nových principů vedení, které vyvětlujeme zúčastněným vedoucím pracovníkům a spolu s nimi stanovujeme cíle, jejichž prostřednictvím se tyto principy ukotví v každodenní praxi. Počátkem roku 2024 tyto nové principy vedení představíme všem našim pracovníkům podrobněji.

Náš pracovní svět se mění a my se měníme spolu s ním.

Získejte odpovědi na své a mnohé další otázky: bellfoodgroup.com/hr

Members of Bell Food Group

Zeptejte se nás je iniciativa v rámci strategie HR 2026+

Co se vám nejvíce líbilo?



Díky své zpětné vazbě můžete něco vyhrát!

LOOK! má pro vás být potěšením při čtení! Proto spoléháme na vaši zpětnou vazbu. Tímto způsobem můžeme LOOK! neustále vylepšovat a postarat se o to, abyste si každé číslo znovu užili. To je důvod, proč nás zajímá: Co se vám na tomto vydání LOOK! nejvíce líbilo? Byl to některý z článků? Zaujala vás některá z fotografií? Nebo je to jen jeden citát, který vám utkvěl v paměti? **Sdělte nám to a vyplňte prosím formulář prostřednictvím QR kódu.**

Jako poděkování za vaši zpětnou vazbu vylosujeme ze všech odpovědí 10 poukázek na nákup v hodnotě 70,- EUR.

Odešlete nám svou zpětnou vazbu (QR kód) do 15. března 2024, abyste se mohli zúčastnit slosování o ceny. Výherci budou vyrozuměni přímo. O losování nebude vedena žádná korespondence ani podávány telefonické informace. Na několikanásobnou účast nebude brán zřetel.