

LOOK!

Zaměstnanecký časopis skupiny Bell Food

01 2024



**Nejlepší výchozí
pozice pro budoucí
profesionály**

BELL
FOOD
GROUP





Obsah

Ze společnosti

- 4 «Opravdu jsem si užil každý den»**
Rozhovor s CEO Lorenzem Wysem

Jak se pracuje u Bell Food Group

- 8 Vzdělávací menu pro odbyt a prodej**
Sales Academy: první komplexní školicí program
- 11 Zaměstnanecký průzkum 2024**
21. května až 18. června

Titulní stránka

- 12 Nejlepší výchozí pozice pro budoucí profesionály**
Profesní vzdělávání jako investice do budoucnosti

Trvalá udržitelnost a inovace

- 18 každá kapka se počítá**
Udržitelné nakládání s vodou
- Náš svět požitků
- 22 Na to můžeme být hrdí**
Krásně naservírované chutná ještě lépe
- 26 Takto pestré bude jaro**
Vše od ovocného po křupavé

Osobní

- 29 «Od prvního dne pracuji po boku své sestry»**
Pracovní jubilea a odchody do důchodu od dubna do června 2024

Zpětná vazba a tombola

- 32 Co se Vám nejvíce líbilo?**
Díky své zpětné vazbě můžeme 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. 1/2024, duben 2024, 30. ročník.
Vydavatel: Bell Food Group AG, Elsässerstrasse 174, 4056 Basilej, Švýcarsko. Adresa: Bell Schweiz AG, Redaktion LOOK!, Postfach 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: Stefan Schmidlin Fotografie, Basilej (CH), s. 4–7; atelierkorak ag, Riehen (CH), s. 22–25.
Úprava: obložení, Olten, Švýcarsko. Zpracování obrázků: Proacteam AG, Allschwil, Švýcarsko. Tisk: SWS Medien AG PriMedia, Sursee, Švýcarsko. Vytiskováno na papíře s certifikací FSC. Změny adresy: Kontaktujte prosím příslušné personální pracoviště nebo oddělení.

Na titulním obrázku jsou Moritz Höft (vlevo v pozadí) a Ihsan Mamuti (v popředí), dva studenti DHBW podnikové ekonomiky oboru ekonomické informatika/application management ve společnosti Bell Food Group v Basileji. Snímek byl pořízen na akci učňů 2023 během prvního večera, na koncertu skupiny No Caps.

Dar smět se osvědčit

Milé zaměstnankyně a zaměstnanci

Svou profesní kariéru jsem zahájil téměř před 50 lety vyučením řezníkem v řeznictví v Arlesheimu (CH), kde jsem vyrůstal. Pro tento obor jsem se rozhodl především kvůli lidem v podniku, méně už kvůli tomu, že jsem se na tuto profesi zaměřil. Vedení bylo dobré, velice osobní a autentické, upřímné a korektní. V tomto rodinném prostředí jsem se cítil velice dobře. Kromě toho mě můj šéf podporoval a také mi dal důvěru: ve druhém roce učení byl propuštěn vedoucí oddělení uzenin – a já jsem po něm směl převzít vedení poté, co můj šéf řekl: «Dokážeš to!» To mě utvářelo. To, že jsem tehdy směl být sám sebou, nemusel jsem se přetvařovat a mohl jsem ukázat, co ve mně je, to byl skutečný dar! Tento dar, milé zaměstnankyně a zaměstnanci, musíme i my dát na cestu našim učňům.

Důležité přitom jsou samozřejmě rámcové podmínky, na kterých aktuálně pracujeme, jak si můžete přečíst v našem titulním příběhu. Jde ale také o to, jak se s mladými lidmi setkáváme. Je naším úkolem naslouchat, vycházet jim vstříc a být tu pro ně.

Vždycky mne rozčílí, když zaslechnu, jak se lidé zlobí kvůli «mladým». Všichni jsme jednou byli mladí. Dnešní mladí jsou jiní než ti před deseti lety a ti za pět let budou také jiní. A tak je to také dobře a správně. Protože tato rozmanitost je pro naši společnost obohacením. Je přece skutečným potěšením smět předávat mladým lidem vášeň pro profesi a řemeslo, motivovat je a vidět, jak rozkvétají a svými nápady a nasazením utvářejí naši společnost. Především tehdy, když se po vyučení rozhodnou v naší společnosti zůstat. Ne proto, že je to nejjednodušší volba, ale proto, že je pro ně jejich povolání radostí a cítí se u nás dobře. Když se nám to podaří, pak je každý učeň a učiň investicí do naší budoucnosti.

Naším úkolem je vyjít jim vstříc a být tu pro ně.



Jako zpracovatelé potravin jsme odkázáni na dobře proškolené pracovníky, kteří znají naše odvětví a náš byznys – ať je to technika, výroba, logistika, IT nebo administrativa. Proto si Bell Food Group dala za cíl do roku 2026 zdvojnásobit počet učňů. Abychom toho dosáhli, musíme se odlišovat nejen svými výrobky, ale také být v čele vzdělávání a nabízet našim učňům jedinečný program odborného vzdělávání.

Jako Bell Food Group k tomu máme jedinečné předpoklady: díky rozmanitosti naší skupiny a napojení na mateřskou společnost Coop můžeme našim mladým nabídnout perspektivy, o kterých jsem po vyučení mohl jen snít. Kdybych měl po vyučení možnost sbírat zkušenosti ve Španělsku, severním Německu nebo Francii, hned bych vyrazil!

Lorenz Wyss
Předseda představenstva koncernu

Rozhovor s CEO Lorenzem Wysem

«Opravdu jsem si užil každý den»

Lorenz Wyss v červnu po 13 letech opustí funkci CEO a předá štafetu svému nástupci. V rozhovoru pro časopis LOOK! vypráví, jak se Bell Food Group od roku 2011 změnila, co ji čeká v budoucnu a proč určitě nebude trávit čas jen pouhým stárnutím. • sh



Na co jsi od svého nástupu do funkce CEO v roce 2011 obzvlášť hrdý?

Hrdý? Že jsem tu mohl být tak dlouho a že mne neposlali k čertu. (směje se) Ne, žerty stranou.

Hrdý jsem na vývoj, který naše skupina za tu dobu udělala. Vyrůstli jsme. Zejména v oblasti convenience, kde nyní hrajeme vedoucí roli, aniž bychom zanedbávali naši klíčovou činnost v oblasti masa a uzenin, právě naopak. Zvýšili jsme ziskovost, získali podíly na trhu, zpřesnili a zaměřili naše podnikání – a úspěch nám dává za pravdu. Naše strategie fungují. A to je dobrý základ, na kterém může můj nástupce Marco Tschanz stavět.

Když jsem tu začínal, v kancelářích se ještě kouřilo.

Co je tvým osobním vrcholem za posledních 13 let?

Mým vrcholem je, že ráno můžu zdravý vstát. Pak mám totiž každý den šanci něco změnit a udělat něco lépe. (přemýšlí) Možná je zajímavá náhoda, že 13 bylo vždycky moje šťastné číslo. Z tohoto pohledu by bylo mým vrcholem, že jsem mohl strávit těchto 13 let ve společnosti Bell Food Group. V odvětví, se kterým se cítím velmi silně spojen, a s lidmi, na kterých mi velmi záleží a s nimiž každý den rád spolupracuji. Svého rozhodnutí z roku 2011 přijmout tuto pozici v Bell Food Group jsem ani jediný den nelitoval.

Co se od té doby změnilo?

Myslím, že kultura. Když jsem tu začínal, v kancelářích se ještě kouřilo a u oběda se pilo víno. To jsme změnil. Myslím, že jsme vytvořili kulturu, se kterou se mohu lépe ztotožnit. Lidé jsou upřímnější, důslednější, autentičtější a lépe spolu vycházejí. Ovšem ty podstatné věci zůstaly: skvělá firma a skvělí zaměstnanci.

A jak jsi se změnil ty sám?

Já jsem se toho určitě hodně naučil. Po svých začátcích v malé firmě jsem se během svého působení v Coopu nejprve docela dobře seznámil s maloobchodem. Pak jsem v Bell Food Group nastoupil do průmyslové výroby. Dnes

mám slušné znalosti o celém procesu. Ty bych v budoucnu určitě rád i nadále dával k dispozici. Aspoň je to tak v plánu.

Dobré heslo: co tě čeká v budoucnu?

Teď zrovna zařizují garáž pro motorky. Od té doby, co mi bylo 18, jezdím se skupinou kamarádů na motorce, a už dlouho hledáme místo, kde bychom se mohli scházet. Já sám bydlím v Basileji. Ale v Arlesheimu (předměstí Basileje; pozn. red.), kde jsem vyrůstal, jsme díky této garáži našli úžasné místo pro nás čtyři. Teď už chybí jen lednička. Pivo jsem už nakoupil! (směje se) Ještě velký

Teď zrovna zařizují garáž pro motorky.



U Marca jsou naši lidé v dobrých rukách.

gril a jsem připraven. Nemohu přece jenom sedět doma! Proto mám ještě v plánu pár věcí. Například koníčky a sport. Pak bych určitě rád nabídl své znalosti a zkušenosti v oboru, pokud to bude potřeba. Možná v nějaké nadaci, abych mohl také něco vrátit.

Na co se nejvíce těšíš?

Že i zítra ráno vstanu zdravý. Já pořád říkám: Když jsi zdravý, můžeš dělat cokoli. Co určitě dělat nebudu: v 9 ráno sníst croissant, přečíst si noviny a sledovat, jak stárnu. Na to opravdu nejsem stavěný!

Co budeš dělat místo toho?

Určitě budu cestovat. Například jezdit na motorce po USA. Možná pojedu 6. června do Normandie, na den D. Historie mě vždycky zajímala a mít čas ji prožít je dar. Mám ještě spoustu nápadů a snů. Žiji z jejich uskutečňování. Zda to pak všechno klapne, to už je jiná otázka. (směje se)

Ale určitě si také udělám čas na své okolí. Mám úžasnou rodinu, skvělé přátele. Ty budu navštěvovat. Například v září jsem pozván na svatbu do Boloně. Na to si teď můžu udělat čas. Pohodlně dojet do Itálie a dělat cestou různé zastávky. Na to se těším. Moje partnerka se již ptala: «Budeš teď celý den doma, když budeš v důchodu?» Řekl jsem: «Určitě ne!» a ona dodala: «Tak to je dobře!» (směje se)

Opravdu musím říct: těch 13 let byla úžasná doba. Uteklo to velice rychle, ale já jsem si každý den užil, opravdu každý den. A nechtěl bych zmeškat ani hodinu.

Co budeš postrádat?

Vás. Vás jako lidí. Pokud trávíte každý den s lidmi, které máte rádi a se kterými je vám dobře, bude vám to chybět.

2011 až 2024

Od nástupu Lorenze Wysse do funkce CEO Bell Food Group v roce 2011 se skupina dále rozvíjela. Obrat vzrostl ze 2,5 miliard CHF na více než 5 miliard CHF. Počet zaměstnanců se více než zdvojnásobil.

Internacionalizace a budování klíčového obchodu

Převzetí společnosti Hubers a investice do rozšíření podniku (Zell, Niepołomice) nebo novostavby (Fuensalida)

Rozšíření pilíře convenience

Převzetí společností Hilcona, Gastrostar/Eisberg/Sylvain & CO a Hügli a novostavba v Marchtrenku a vstup na trh convenience v Rakousku

Investice do výkonnosti

Modernizace a rozšíření závodu v Oensingenu a plán rozvoje závodů v Schaau a Steinachu

Co bys chtěl těmto lidem, lidem ze skupiny Bell Food Group, předat?

Úplně jednoduše: mám vás rád. Zůstaňte takoví, jací jste.

Co předáš svému nástupci?

Nechci předávat žádná velká moudra. Jsem rád, že přijde někdo, komu mohu předat klíče a spolehnout se na to, že to dobře dopadne. Za to jsem vděčný. Marco to bude dělat dobře. U něj jsou zaměstnanci Bell Food Group v dobrých rukou.

A nakonec: Jakým jídlem zahájíš svou další životní kapitolu?

Telecí klobásou ze St. Gallenu, samozřejmě. Pivo jsme už nakoupili a na ledničku do garáže ještě čekám! (směje se) V této ledničce vždycky bude telecí klobása ze St. Gallenu, stejně jako pivo a minerálka – bez toho to nejde! A víc vlastně také ani nepotřebuji. • sh

Sales Academy: první komplexní školicí program

Vzdělávací menu pro odbyt a prodej

V květnu bude v Bell Food Group spuštěn první celoskupinový vzdělávací program. Je určen pro zaměstnance z odbytu a prodeje a bude je doprovázet po několik let jejich profesní dráhy. Nová Sales Academy byla vyvinuta v úzké spolupráci Competence Center Prodej s oblastí personálního rozvoje.

První školicí skupina v rámci nové Sales Academy se v sejdě v květnu v Curychu k «předkrmu» na jejich «MyLearning Menu». Nový tréninkový program dostal tento název v souladu s hodnotou Bell Food Group «Milujeme požitky».

V souladu s tím se před první prezenční akcí konal virtuální «aperitiv». Následovat budou «hlavní chod», «mezichod» a «dezert». Stejně jako sled pokrmů v restauraci bylo



«V přípravné fázi bylo obzvláště zajímavé provést analýzu potřeb a identifikovat různé skupiny požadavků z jednotlivých distribučních společností, jakož i různá očekávání a požadavky. Myslím, že se to podařilo. Celkově je školicí program nejen cenovým nástrojem dalšího rozvoje našich současných zaměstnanců, ale také atraktivní nabídkou pro potenciální uchazeče.»

**Roland Ferraro, vedoucí Prodeje/
produktového managementu ve společnosti Bell Švýcarsko**

i toto vzdělávací menu předem pečlivě připraveno.

«Competence Center Prodej se obrátilo na oblast HR s přáním vytvořit specifický a nadřazený školicí program pro odbyt a prodej,» říká Selina Weber, odbornice HR na personální rozvoj v Bell Food Group.

Tímto nápadem sledovalo CC Prodej kromě fundovaného dalšího vzdělávání svých zaměstnanců ještě další důležité cíle. Na jednu stranu mají celoskupinové prezenční akce podporovat vytváření sítě a využívání synergií. Na druhou stranu je takový program také atraktivním důvodem pro uchazeče, aby se rozhodli právě pro Bell Food Group.

Před první prezenční akcí se konal virtuální «aperitiv».

Aperitiv

Menu začíná virtuálním samostudiem k organizaci práce.



Předkrm

U druhého chodu je na jídelníčku komunikace a vystupování.



Mezichod

Vzdělávací menu pokračuje specifiky jednotlivých profesních oblastí.



Hlavní chod

Jako hlavní chod se podávají základy odbytu a prodeje.



Tři další menu dalšího vzdělávání v Sales Academy jsou vždy přizpůsobena specifickým požadavkům daných profesních oblastí.



Dezert

U zákusku se rozhodne, zda pokračovat odborným nebo řídicím směrem.



«Původně pro mě bylo přednostní vytvoření společného odbytového tréninku, ale nakonec jsme získali celý vzdělávací program pro tři různé cílové skupiny. To je skvělé, srdečné díky všem! Cílem je podpořit mladé zaměstnance v jejich rozvoji a zároveň dát díky cílenému oživení i «starým mazákům» možnost zůstat fit a pracovat na sobě. Vzdělávání je klíčové pro to, abychom se jako organizace dále rozvíjeli, úspěšně realizovali naše strategie a vítězili na trhu.»

Simone Brosy, vedoucí prodeje potravin, Hilcona

V prvním kroku stál vývojový tým před úkolem propojit různé požadavky ze všech oblastí a z Německa, Rakouska a Švýcarska a na tomto propojení postavit program vhodný pro všechny. Za tímto účelem nejprve identifikoval společné rysy interního prodeje, Key Account managementu a prodeje v terénu a definoval kritéria, která jsou nezbytná pro to, aby zaměstnanci v těchto oblastech úspěšně zvládli své pracovní situace.

«Získali jsme celý program pro tři cílové skupiny.»

«Na základě těchto výsledků jsme mohli rozpracovat obsah a vytvořit tak kurzy pro tuto skupinu,» vysvětluje Selina Weber. «Velice důležité přitom je, že prostřednictvím tohoto pro-

gramu doprovázíme zaměstnance v jejich vývoji dlouhodobě, tedy v nejlepším případě po mnoho let jejich kariérního života.»

V souladu s tím startuje program, který je určený pro celý tým odbytu a prodeje, organizací práce. Následují témata kolem oslovování zákazníků a základů pro odbyt a prodej. Pak jsou v učebním plánu specifika každé skupiny. Zda se pak vydají směrem k odborné nebo řídicí funkci, o tom se rozhodne při «dezertu».

«V základních školeních pro odborné nebo řídicí pozice jsme dále rozvinuli standardizovaný školicí program a zaměstnance budeme podle jejich potřeb dále podporovat,» říká Selina Weber.



«S novou koncepcí školení sledujeme cíl lépe zvládat každodenní výzvy v oblasti prodeje, zdokonalovat naše dovednosti a učit se novým přístupům. A protože jsou mnohá témata při našich obchodech a v našich zemích podobná, vyplatí se je spojit. Mnohé nápady tak již byly k dispozici a šlo jen o to, spojit jednotlivé prvky dohromady. Společná školení nám nyní pomohou prožívat skupinovou koncepci, učit se ze zkušeností našich kolegů a kolegů a navazovat kontakty mezi jednotkami.»

Marc Tissot, CCO B2B ve společnosti Hügli Group



«Ve společnosti patří lidé a jejich účinná komplexní spolupráce k faktorům úspěchu. Možnost výměny názorů s kolegy posiluje identifikaci s naší skupinou, což může být pro účastníky velmi motivující. V rámci skupiny lze také diskutovat o osvědčených postupech a zavádět je. Protože tím se můžeme odlišit od jiných společností, generovat konkurenční výhodu a profilovat se. Kromě toho je Sales Academy také plusovým bodem při nábore externích pracovníků.»

Martin E. Schygulla, předseda obchodního vedení, vedoucí divize Bell Německo a Španělsko

Individuální potřeby účastníků se ale budou zohledňovat již v prvních fázích programu. Například vstup je možný v různých bodech podle zkušeností a také rychlost, s níž se prodejní akademie absolvuje, závisí na každém jednotlivci.

Prostřednictvím Sales Academy uvedly CC Prodej a oblast personálního rozvoje do života první nadřazený školicí program Bell Food Group. A možná nikoli poslední. Protože podle tohoto vzoru mohou vytvořit vlastní programy i další pracovní oblasti, které rovněž potřebují celospolečenskou koncepci dalšího vzdělávání. • mr

BELL FOOD GROUP



Zaměstnanecký průzkum 2024
21. května až 18. června

Průzkum probíhá online. Obdržíte pozvánku dopisem nebo pozvánku digitální na svou pracovní e-mailovou adresu (z důvodů ochrany údajů pouze ve Švýcarsku a Lichtenštejnsku). **Dotazník je možné vyplnit v těchto jazycích:** německy, francouzsky, anglicky, španělsky, italsky, nizozemsky, maďarsky, polsky, rumunsky, bosensky, chorvatsky, srbsky, slovensky, portugalsky, turecky, tamilsky, ukrajinsky, česky, bulharsky a sinhálsky.

Members of Bell Food Group



Anonymita: průzkum provádí společnost Empiricon. Ta garantuje naprostou důvěrnost při nakládání s Vašimi osobními údaji. Při vyhodnocení je zajištěno, že není možné činit žádné závěry ohledně konkrétních osob. Data budou vyhodnocována pouze v souhrnné formě a po skupinách minimálně 5 respondentů. Jednotlivé datové záznamy nejsou pro Bell Food Group nikdy přístupné.



Profesní vzdělávání jako investice do budoucnosti

Nejlepší výchozí pozice pro budoucí profesionály

Atraktivní profesní vzdělání zajišťuje budoucí odborníky. Do roku 2026 by se měl počet učňovských míst v Bell Food Group zdvojnásobit. V centru pozornosti jsou oblasti techniky, výroby a logistiky.

Nabídka kvalitního odborného vzdělávání je pro společnost klíčová.

Nabídka kvalitního odborného vzdělávání je pro společnost klíčová. «Vedení Bell Food Group plně stojí za podnikovým odborným vzděláváním,» říká také Endrik Dallmann, vedoucí HR Bell Food Group. Se svým týmem je odpovědný za péči o více než 12 000 zaměstnanců v 16 evropských zemích, mezi nimiž je aktuálně i 160 většinou mladých, kteří absolvují odborné vzdělávání ve výrobě, logistice, v technické oblasti, v IT nebo ve správě. Endrik Dallmann, který sám začal svou profesní dráhu před 30 lety podnikovým odborným vzděláváním jako průmyslový obchodník ve společnosti Hügli Německo, vnímá, jak se v uplynulých desetiletích změnila představa budoucích odborníků a nároky na vzdělávací zařízení. «Uvědomuji si

to na vlastní kůži, když mluvím s vlastními dětmi.» Je jim kolem dvaceti let a patří tedy ke generaci Z, tedy ke skupině mladých lidí, které chceme dnes nadchnout pro odborné vzdělávání. «Není vždy snadné úplně pochopit očekávání generace Z, natož je naplnit, ale jsme na dobré cestě,» říká sebevědomě Endrik Dallmann. «To, co mladí lidé dnes od své kariéry stále více požadují, je smysluplnost jejich práce, a to i během odborné přípravy. S tím je spojen i požadavek na velkou míru sebeurčení.» Pro naplnění této potřeby je důležité vytvořit rámec, ve kterém se zaměstnanci mohou ve své práci rozvíjet.

Vytváření sítí posiluje spolupráci

Jedním z úkolů dobrého učňovského zařízení je naslouchat potřebám učňů a podporovat je a posilovat na jejich cestě. K tomu patří také vzájemné propojování učňů. «Na setkání, které se koná jednou za dva roky, se osobně seznamují učni z různých závodů a oborů a mají možnost spolupracovat na různých workshopech,» uvádí Endrik Dallmann. Z toho vznikla jejich vlastní sociální síť, která umožňuje diskusi i tehdy, když se mladí odborníci již dávno vrátili do svých firem, aby se věnovali svým profesním úkolům.



Velké setkání

Když opět přijde čas na akci pro učně, více než 100 mladých lidí ze čtyř zemí se vydá na cestu, aby navzájem změřili síly a společně se pobavili.

Na akci pro učně z Bell Food Group se každé dva roky scházejí učni z Německa, Rakouska a Švýcarska, aby společně realizovali jeden projekt, učili se jeden od druhého a v neposlední řadě spolu prožili nezapomenutelné okamžiky. Posledního ročníku, který se stejně jako v předchozích letech konal v Magglingenu nad městem Biel v kantonu Bern, se zúčastnilo přibližně 130 účastníků a 20 osob

jako doprovod. Při výzvě «The Burger Factory» bylo celkem 24 skupin vyzváno, aby vytvořily vlastní recept na burger, u kterého se budou porotě sbíhat sliny. Vítězný tým zaujal čistou prací a mimořádně chutnou prezentací. Šampionům ve výrobě burgerů udělalo kromě získaných poukázek na cestování radost i to, že svůj vlastní recept našli v profesionálně uspořádané a vytištěné kuchařce.

Pestrá směs vhodných triček: Bell v červené, Eisberg v zelené, Hilcona v modré a Hügli v bílé. V růžové kreativní tým, který celou akci doprovázel obrazem a fotografiemi, a v černé osoby z doprovodu.

Cesty do ciziny s benefity

V rámci zahraničního pobytu se učni vydávají do nových světů a na vlastní kůži poznávají rozdíly a společné rysy různých závodů.

Nová země, jiný jazyk, zajímavá kultura: když se učni během svého studia rozhodnou pro měsíční pobyt v zahraničí, čekají je vzrušující chvíle. Je jedno, zda se jedná o mechatronika nebo průmyslovou obchodnici: nejprve je třeba se rozhodnout pro místo. Jako skupina podniků činná v celé Evropě může Bell Food Group leccos nabídnout a výběr destinace je možné srovnat s prázdninovým katalogem. Jenže: prázdniny vypadají jinak. Mladí mohou přiložit ruku k dílu hned po příchodu do vybrané firmy. Nejenže je přivítá nový tým, ale také poznají z první ruky vnitřní fungování jiné společnosti a budou

v ní od prvního dne pracovat. Vedle práce samozřejmě také zbývá čas poznat zemi a lidi, navštívit pamětihodnosti a vylepšit si jazykové znalosti. Cenná zkušenost nejen pro další profesní dráhu, ale i pro život.



V učňovském streamu v zaměstnanecké aplikaci my Bell Food Group informovali učni o svých jazykových pobytech.

Dvě učňovská střediska, jeden úspěšný model

Demografická změna vede k tomu, že v následujících letech opustí závody nadprůměrně vysoký počet odborníků, kteří odejdou do zaslouženého důchodu. K řešení této situace nyní

Do roku 2026 je cílem celkem 300 učňovských míst.

Bell Food Group sází na různá opatření. K nim patří i snaha do roku 2026 výrazně zvýšit počet učňovských míst. Cílem je celkem 300 učňovských míst, která mají být nabízena zejména ve Švýcarsku, a také v Německu a Rakousku. Tedy v zemích, kde se

sází na výhody duálního systému odborného vzdělávání. Duální systém je zaměřen na souběžné vzdělávání v podniku a v odborné škole. V boji proti nedostatku kvalifikované pracovní síly slouží tento typ odborného vzdělávání jako vzor na celém světě. «Zajímavé je také duální studium, které spojuje studium na odborné vysoké škole s podnikovým vzděláváním a již se úspěšně používá zejména v Německu. Studium a praxe se střídají po 3 měsících,» vysvětluje Endrik Dallmann.

Zdvojnásobení učňovských míst: manažerská dílna připravuje koncepci

Odpovědi na otázku, jak by bylo možné tohoto ambiciózního cíle dosáhnout, nyní vypracovává pracovní skupina. V takzvané manažerské dílně pracuje nadnárodní tým kolegyní a kolegů v rámci vlastního rozvoje potenciálu

Zde zůstává řeznické řemeslo ve vesnici

V rodinné atmosféře malého vesnického řeznictví se učí řemeslo od píky. To je dobrá věc nejen pro budoucí řezníky, ale i pro celý region.

Po téměř 40 letech hrozilo řeznictví Stübi v Matzendorfu, nedaleko závodu Bell v Oensingenu, uzavření. Manželé Stübi, majitelé ceněného vesnického řeznictví, měli krátce před důchodem a hledali proto své nástupce. Jak se ukázalo, nebyl to vůbec lehký úkol. Vzhledem k tomu, že se společností Bell probíhala dlouholetá úspěšná spolupráce v oblasti vzdělávání, ležel osud vesnického řeznictví na srdci i odpovědným pracovníkům společnosti Bell a ti se pustili do hledání řešení, které by zajistilo budoucnost podniku. Bývalé řeznictví Stübi se nyní jmenuje Thaler-Metzg a slouží nyní čistě jako učňovský podnik pro společnost Bell Švýcarsko. Pod odborným vedením bývalého učně firmy Stübi a současného ředitele Michaela Sanera se začínající řezníci učí ve vesnickém řeznictví uzenářskému řemeslu. To má tu výhodu, že po vyučení ovládají celé spektrum zpracování a zušlechťování masa. Cenami ověřené originální receptury rodiny Stübi zůstávají zacho-

vány a místní obyvatelé mohou i nadále využívat vlastní řeznictví ve své blízkosti. Podnik, v němž se tradičnímu řemeslu učí nejen nová generace, ale který se zaměřuje také na udržitelně produkované maso z regionu a jehož adresa je i nadále symbolem nejvyšší kvality.

**THALER
METZG**



thaler-metzg.ch/ausbildung/



Další rozvoj místo stagnace

Učni by se měli nejen pořádně naučit svému řemeslu a zažít uznání za svou práci, ale také díky moderním pracovním podmínkám a spravedlivému odměňování ve společnosti zůstat.



Andreas Begré, vedoucí odborného vzdělávání ve společnosti Bell ve Švýcarsku

Téma odborného vzdělávání má v Bell Food Group velkou prioritu. Společnost nechce nic menšího než patřit v této oblasti k těm nejlepším. S těmito cíli by měla také získávat ty nejlepší učně. Aby bylo možné tohoto ambiciózního cíle dosáhnout, je důležité moct nabídnout nezbytnou infrastrukturu a odpovídající obsah vzdělávání. «Děláme další krok,» jmenuje Andreas Begré, vedoucí odborného vzdělávání ve společnosti Bell Švýcarsko, opatření

přijatá k tomu, aby se odborné vzdělávání v Bell Food Group dále zatraktivnilo. «V rámci určení závodu zjistíme skutečný stav a z analýzy odvodíme, kam by se mělo směřovat.» Kromě konkrétního obsahu vzdělávání jsou neustále řešenou otázkou také podmínky zaměstnávání. K nim patří moderní pracovní podmínky a aktuální a férové odměňování budoucích odborníků.

To říkají učni o své volbě povolání



Juan Riveiro, ve 3. ročníku oboru obsluha strojů a zařízení ve společnosti Hilcona v Schaanu:

«Rád bych ve společnosti Hilcona zůstal a dál se vzdělával. Byl jsem teď poslední tři roky v provozu a už se všude trochu vyznám. Myslím, že svými znalostmi pak mohu společnosti Hilcona velice prospět.»



Alessio Arieta, ve 3. ročníku oboru kuchař ve společnosti Bell v Zellu:

«Mohl jsem téměř tři roky svého učení absolvovat jako kuchař v oboru s certifikátem EFZ ve společnosti Bell v Zellu. Práce ve společnosti Bell mě těší, protože tady poznávám stále nové lidi a mohu objevovat nová místa. Jsme zde ve velice poučném prostředí a v případě potřeby se nám dostává podpory. Během tří let ve společnosti Bell jsem získal skvělé zkušenosti a hodně jsem se naučil. Nejen co se týče mé profese, ale i do života.»



Fabio Dalla Valle, v 1. ročníku oboru potravinářský technolog ve společnosti Hilcona v Schaanu:

«Nejvíce se mi líbí rozmanitost během vzdělávání, jsem spokojený i se svým platem. Za nejdůležitější při svém studiu pokládám to, že mě to baví. I po vyučení se chci dál vzdělávat a společnost Hilcona to umožňuje. Do budoucna si přeji, abych učení úspěšně dokončil, a dobře zdraví.»



Gian Kunz, ve 3. ročníku oboru obchodník ve společnosti Hilcona v Schaanu:

«Různá oddělení, kterými během svého tříletého učení procházím, jsou všechna velice zajímavá. V každém oddělení se mohu něco nového naučit, ať o společnosti Hilcona, nebo o celé Bell Food Group. V každém oddělení pracuje úžasný tým. Na mém povolání se mi líbí zejména samostatnost.»



Denys Tarasenko, ve 3. ročníku oboru obsluha strojů a zařízení ve společnosti Hilcona v Schaanu:

«Mně se moje povolání líbí: Rozmanitý program, přátelští spolupracovníci, dobrá pracovní doba, a nemusím si pracovní oděv prát doma.»



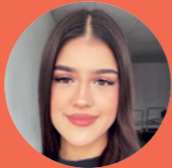
Navina Nek, v 1. ročníku oboru obchodnice ve společnosti Hilcona v Schaanu:

«Při svém učení v oboru obchodnice jsem dosud dělala různé činnosti a seznámila jsem se se dvěma odděleními. Rozmanité úkoly, jako psát faktury, ověřovat osvědčení a vypomáhat v interním kiosku, se mi velice líbily. Také si myslím, že různé akce, které děláme společně s ostatními učiteli, jako je balení vánočních balíčků nebo seznamovací dny, jsou velmi hezké a dobré pro budování týmu. Při výběru učňovského střediska pro mě bylo důležité, aby to byla otevřená a zajímavá společnost s přátelskou atmosférou. Společnost Hilcona mě oslovila především kvůli výrobě potravin a různým činnostem, které jsou s tím spojené. Do budoucna si přeji úspěšně dokončit studium a složit odbornou maturitu.»



Almina Bosnic, ve 2. ročníku oboru obchodnice ve společnosti Bell v Basileji:

«Moje učení na obchodníka ve společnosti Bell je velice rozmanité, protože mi umožňuje nahlédnout do různých oddělení společnosti. Sama jsem mohla již navštívit tři oddělení (IT správa a informace, účetnictví a nákup mořských plodů) a jsem s tím velice spokojená. Díky tomuto půlročnímu stádní oddělení máme skvělou příležitost naučit se každý den něco nového a rozšířit si své dovednosti. My učni jsme navíc motivováni prémie, což podle mého názoru také zvyšuje naše výkony ve firmě i ve škole.»



Sara Tomic, ve 3. ročníku oboru obchodnice ve společnosti Eisberg v Dällikonu:

«Při mém rozhodování jít do učení do společnosti Eisberg byla velice důležitá příjemná pracovní atmosféra. Dobré vztahy s kolegy to potvrzují. V mém povolání je důležitá jak samostatnost, tak týmová práce, proto jsem se rozhodla pro učební obor obchodník. Mým cílem je učení v létě úspěšně dokončit a potom se dále vzdělávat.»



Kompetenční centra pro budoucí profesionály

V učňovských dílnách se spojují znalosti a zkušenosti z řemesla a předávají se budoucím profesionálům. Výhoda spočívá v tom, že se mohou plně soustředit na vzdělání, stranou od tlaku výroby a jiných vnějších vlivů.

V učňovských dílnách společnosti Bell Švýcarsko je každý detail zaměřen na požadavky a potřeby mladých učňů. Zatímco v Basileji existují dílny pro budoucí řezníky již mnoho let, v Oensingenu existuje nová dílna pouze dva roky. I tam řeznické řemeslo vyučují odborní instruktoři ve speciálně vytvořeném rámci a předávají ho další generaci profesionálů. V září loňského roku se navíc po čty-

řech měsících stavby otevřela první učňovská dílna pro oblast techniky. Nově vytvořená infrastruktura nabízí aktuálně sedmi učňům optimální prostředí k tomu, aby se na cestě k výrobnímu mechanikovi či technikovi pro automatizaci mohli plně soustředit na různé úkoly a vzdělávání v klidném, chráněném prostředí.

Nová učňovská dílna ve společnosti Bell v Basileji nabízí místo pro sedm učňů v oboru výrobní mechanik/mechanika nebo technik/technička pro automatizaci.

v tomto programu dalšího vzdělávání na koncepci, která bude základem pro zdvojnásobení počtu učňovských míst. «Aktuální manažerskou dílnu tvoří osm žen a dva muži. Jsou to zaměstnanci z různých obchodních a odborných oblastí a nás těší, že se tento tým vyznačuje velkou diverzitou,» objasňuje Endrik Dallmann.

«Do budoucna je plánováno konání v angličtině.»

Co těchto deset členů dílny spojuje: všichni hovoří německy. «Do budoucna je plánováno konání v angličtině. Tím program otevřeme i pro naše anglicky mluvící kolegy.»

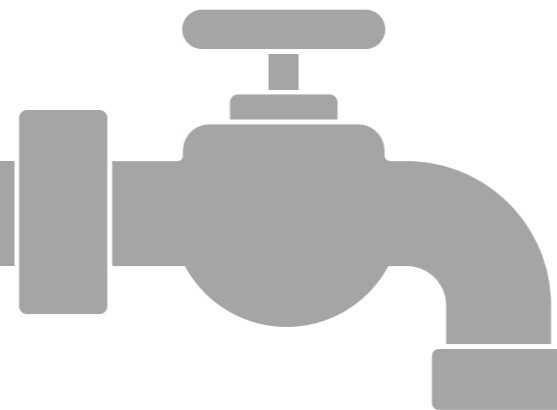
Vyučit se a zůstat v závodě

Rozhodující pro udržitelný úspěch při zvládání nedostatku kvalifikované pracovní síly bude schopnost udržet čerstvě vyučené zaměstnance ve společnosti. Kromě požadavku na smysluplnost vlastní práce chtějí nastupující odborníci přicházet s vlastními nápady a být kreativní. Vysokou prioritu má také požadavek na bezpečné pracoviště. Celá škála výzev, jimiž se společnost, která chce obstát v budoucnu, musí zabývat raději dnes než zítra. V Bell Food Group jsme si vědomi, že úspěch společnosti závisí na odborných znalostech a motivaci zaměstnanců. Cílem je vytvořit co nejlepší nabídku vzdělávání, jehož plody mají být vnímány v neposlední řadě také jako významný příspěvek ke společenské odpovědnosti. • ap

Udržitelné nakládání s vodou

KAŽDÁ KAPKA SE POČÍTÁ

Sladká voda je cenný zdroj. Zatímco poptávka po ní stále stoupá, roste také znečištění vod a celosvětová nabídka vody se snižuje. Časopis LOOK! ukáže, jak Bell Food Group přispívá k ochraně tohoto důležitého zdroje.



KOLOBĚH VODY



Pouze 2,5 procenta celosvětových zásob vody tvoří sladká voda.



REZERVY VODY CELOSVĚTOVĚ

Objem Země:
1,1 bilionu km³
(1 km³ = 1 bilion litrů)

z toho voda:
1,4 mld. km³

z toho sladká voda:
35 mil. km³

z toho pro nás dostupná
0.3%

Země je asi ze dvou třetin pokrytá vodou. Velká část z ní je voda slaná. Naopak sladká voda představuje pouhá 2,5 procenta celosvětových zásob vody. A z toho mohou lidé skutečně využít pouze 0,3 procenta, například jako pitnou vodu nebo k zavlažování polí. Zbytek sladké vody se nachází v ledu arktických a antarktických ledovců nebo hluboko v zemi jako podzemní voda.

Nedostatkové zboží

I když celkové množství vody na světě nemůže být kvůli koloběhu vody vyčerpáno, množství využitelné vody je velmi omezené. Pokud poptávka převyšuje přírodní zdroje, sladká voda se stává nedostatkovou. Již dnes je třetina největších světových systémů podzemních vod ohrožena a více než čtyři miliardy lidí žijí v zemích, kde je vody málo nebo se jí nedostává. Kromě středo- a severoafrických zemí se to týká také Mexika, Číny a jižní Evropy.

Přidaná hodnota pro člověka a přírodu

Také naše ekosystémy jsou odkázány na dostatek sladké vody. Řeky a jejich nivy, stejně jako jezera a rašeliniště patří k druhově nejbohatším ekosystémům. Současně pitnou vodu ukládají, filtrují a čistí.

Sladká voda ale také významně přispívá k regulaci klimatu tím, že například váže metan a uhlík, což jsou látky, které přispívají k ohřívání Země.

Více živin, méně kyslíku

Právě tato schopnost však může být pro pitnou vodu i nevýhodou: pokud sladká voda obsahuje příliš mnoho živin, ztrácí kyslík. To zase vede k tomu, že se tvoří více řas a vodních rostlin. Tento proces se nazývá eutrofizace a dlouhodobě znamená pro mnoho druhů vodních živočichů smrt, protože se zhoršuje kvalita vody.

Příčin je mnoho, ale ve většině případů je za ně částečně zodpovědný člověk: nevyčištěné odpadní vody, živiny jako dusík a fosfor, které se vyskytují v hnojivech, nebo krmení pro ryby, to vše tento proces urychluje.

V biologickém zemědělství je používání hnojiv a prostředků na ochranu rostlin přísně upraveno, aby se ochránily podzemní vody.

A co dělá Bell Food Group?

Výroba potravin je odkázána na dostatek čisté vody. Ať je to k zavlažování polí, nebo k mytí masa, ovoce, zeleniny a salátů, k čištění strojů, zařízení a výrobních hal. Jako součást potravinářského průmyslu si je Bell Food Group vědoma významu udržitelné výroby potravin. Pouze šetr-

TO DĚLÁ BELL FOOD GROUP



Dešťová voda k chlazení

Plochá střecha nového mrazicího centra v Oensingenu se používá k zachycování dešťové vody. Na ploše 200 m² se voda shromažďuje a odvádí do nádrže na dešťovou vodu, odkud se používá k chlazení zařízení pro zpětné chlazení, nebo k uvolňování přebytečného odpadního tepla z čpavkového chladičového zařízení do prostředí odpařováním přes střechu.

Úspora vody díky kapkové závlaze

100 procent výrobků, které společnost Eisberg odeberá od dodavatelů z Evropy, pochází z polí, která mají určitý druh kapkové závlahy. U této přesné metody zavlažování se dostávají malá, kontrolovaná množství vody přímo ke kořenům rostlin. Tato metoda je v porovnání s běžnými zavlažovacími systémy nejen úsporná, ale také podporuje zdravý růst rostlin.



Opětovné využití chladicí vody

V Pfaffstättu využívá společnost Hubers vodu, aby chránila balicí zařízení, která částečně pracují s vysokými teplotami, před přehřátím. Od roku 2023 již tato voda není odváděna do odpadu, ale používá se k předmytí kontejnerů s živými zvířaty. Tím se denně ušetří cca 80 000 litrů vody.



Zjištění úniků vody

Jatka v Basileji používají od roku 2023 systém sledování úniků. V noci, když se nespotřebovává žádná voda, sleduje systém vibrace, aby včas odhalil možné úniky. Žádný průtok vody znamená žádné vibrace, zatímco jejich výskyt může ukazovat na možný únik.

-25%

Snížení množství odpadních vod

Ve společnosti Ali-Big v Briviu je čištění mokré produkce (např. rajčatové omáčky) velice náročné na vodu. Za pomoci různých opatření jako jsou analýzy spotřeby, čisticí nástroje bez použití vody a školení zaměstnanců, se spotřeba vody na množství hotového výrobku snížila o 25 %. Tím se také zlepšila kvalita odpadních vod, takže dnes je možné dodržet místní limity.

Předčištění odpadních vod

Odpadní vody ve výrobních závodech jsou podle procesu různě znečištěné. Při vysokém znečištění se musí voda předčistit, než se dostane do kanalizace. Zejména jatka mají vysoké zatížení odpadních vod, a proto se přijímají různá opatření k jejich předčištění. Například pevné látky, které se ve vodě hromadí, jsou prosévány a přeměňovány na energii v bioplynové stanici.



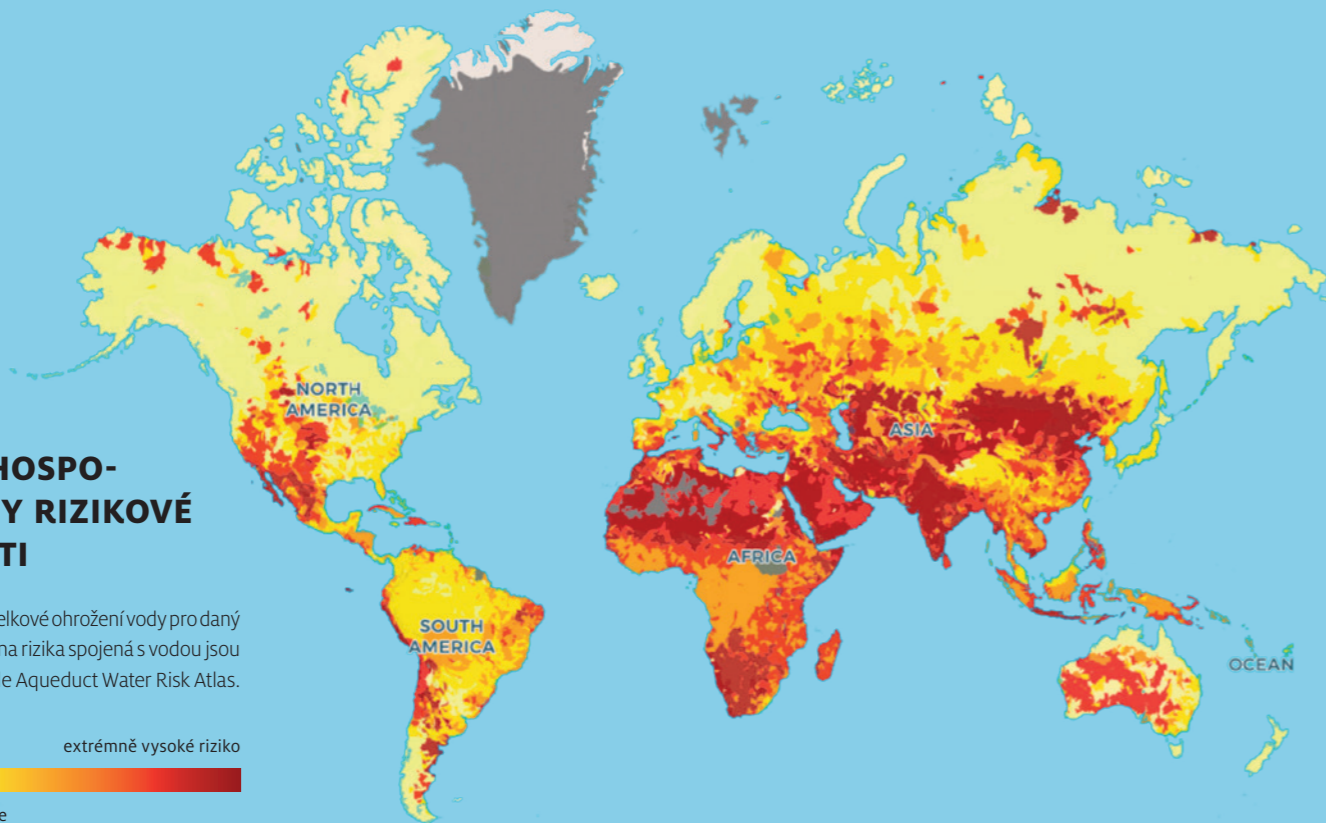
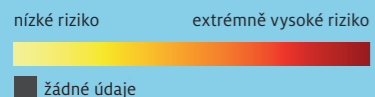
Pohled do budoucnosti: Čištění vody ultrafiltrací

Při čištění salátů je potřeba hodně čisté vody. Proto společnost Eisberg hledá řešení, jak tuto vodu upravit pro opětovné použití. Jednou z možností, která se právě testuje, je čištění vody ultrafiltrací. Přitom se vyfiltrují i ty nejmenší částice. Tato metoda ovšem nefunguje pro rozpuštěné látky jako jsou aminokyseliny, takže k tomu bude ještě třeba najít nějaké řešení. Také proto není společnost Eisberg aktuálně schopna odhadnout, zda se tato metoda ekonomicky vyplatí.



VODOHOSPO- DÁŘSKY RIZIKOVÉ OBLASTI

Mapa udává celkové ohrožení vody pro daný region. Všechna rizika spojená s vodou jsou zahrnuta podle Aqueduct Water Risk Atlas.



né nakládání s omezenými zdroji jako je voda dlouhodobě zajistí základy pro celé odvětví. Bell Food Group se proto aktivně zasazuje za udržitelné postupy spotřeby vody, aby dlouhodobě zachovala kvalitu a množství tohoto důležitého zdroje, a to jak ve vlastních provozech, tak v celém dodavatelském řetězci.

Do roku 2026 chce Bell Food Group snížit svou spotřebu sladké vody o deset procent. V závodech v oblastech s nedostatkem vody by se měla dokonce snížit na polovinu.

Ústředním opatřením pro dosažení tohoto cíle je vytvoření rozsáhlého monitoringu: energetický management E3m je zaváděn ve všech závodech Bell Food Group. Vedle tepla a energie se tak bude v každém závodě měřit i spotřeba vody. Za pomoci Aqueduct Water Risk Atlas zjistí Bell Food Group oblasti rizikové z hlediska vody, aby vypracovala pro tyto závody příslušná opatření. V současné době se u nejdůležitějších výrobků také plánuje výpočet vodní stopy.

Většina opatření však není přijímána na úrovni Bell Food Group, ale v obchodních oblastech a v jednotlivých závodech, jak ukazují různé příklady. • sh

**Do roku 2026 chce
Bell Food Group snížit
svou spotřebu sladké
vody o deset procent.**

Více informací na
Aqueduct Water Risk Atlas:
www.wri.org/applications/aqueduct/water-risk-atlas



Krásně naservírované chutná ještě lépe

Na to můžeme být hrdí

Vaří se s láskou celé hodiny, ale na talíři to jídlo prostě nevypadá dobře. Pro všechny, kteří tento problém znají, přinášíme několik profesionálních rad od culinary advisora společnosti Bresco Jeroena de Zwart. Vše lze snadno realizovat – pro úžasný efekt.



Stoupající trend

Jsou malé, mají svěží barvu a aktuálně patří ke kulinářským trendům. Myslíme tím jedlé výhonky, známé také jako microgreens nebo prostě jako řeřicha.

Jako obloha v různých odstínech zelené, červené nebo žluté a s různými tvary listů jsou ozdobou na krásně naservírovaných talířích. Zároveň by měly také podtrhnout chuť pokrmu.

Přítom platí: microgreens s nakyslým tónem se hodí k masu a rybám. Výhonky s ořechovou chutí zajistí u zeleninových pokrmů zvýraznění aromatu. A lze je použít i na dezerty. Pak je nejlepší zvolit nasládlé odrůdy.

Jedlé výhonky se pěstují ze semen různých druhů zeleniny a dalších rostlin, jako jsou fazole, červené zelí, slunečnice nebo pohanka. Pokud nemůžete najít vhodné doplňky v supermarketu, můžete si je vypěstovat sami. Semínka vyklíčí během několika málo dní například na okenním parapetu. Pro začátečníky se hodí hrách, různé druhy zelí a ředkvičky.



Jako vyučený kuchař a culinary advisor ve společnosti Bresco je Jeroen de Zwart odborníkem na aktuální trendy ve stravování.



Úplně zatočeno

Už jste někdy bojovali se špagetami nebo linguine, které se cestou z hrnce na talíř ukázaly ze své vzdorovité stránky? Se dvěma pomocníky, které najdete v každé kuchyni, je možné zavést do chaosu v těstovinách pořádek: lžice a vidlička.

Vidličkou se nejprve požadovaná porce odebere z hrnce a pomalu se na lžici natočí. Poté se svitek nechá opatrně sklouznout na talíř. Tato metoda se hodí jak pro natočenou věž, tak pro ležící spirálu.

Nejlépe se závitky z těstovin daří nabrat s velkým příborem, například s vidličkou na maso a servírovací lžící. Přiznáváme: než si to osvojíte, může to chtít trochu cviku. Ale komu by vadilo si kvůli tréninku několikrát týdně uvařit a sníst špagety?

Na závitky z těstovin se doporučuje velký příbor.





Vhodný podklad

Mělké nebo hluboké, bílé nebo barevné, hranaté nebo kulaté, vše z jedné série nebo pestrý mix? U nádobí rozhoduje o tom, co přijde na stůl, osobní vkus.

K barevným trendům u nádobí patří pastelové a zemité tóny.

Ale stejně jako u módy i zde platí: ne každý talíř se hodí ke každému jídlu. Kdo tedy chce své menu pěkně naservírovat, měl by pečlivě vybírat i použité nádobí. Přitom lze se stejným pokrmem dosáhnout s různými «podklady» naprosto odlišných výsledků.

Například polévka: pro tradiční servování se hodí třeba tmavá kameninová miska. Pokud je požadován elegantnější vzhled, saháme po bílém polévkovém talíři z tenkého porcelánu.

Ostatně bílá je u nádobí klasika, se kterou se nic nezkaží. K aktuálním barevným trendům patří pastelové a zemité tóny. Masité pokrmy se nyní také s oblibou servírují na dřevěném nebo mramorovém bloku – to vytváří původní a rustikální vzhled.

Oválné nebo hranaté talíře navíc podporují trend podélného uspořádání jídel. Hlubší misky například přitáhnou pozornost k salátům a těstovinovým pokrmům.

Při výběru nádobí je také důležité sladit je s velikostí porce. Jako základní pravidlo platí, že talíře nebo misky by měly být vždy naplněny jen ze dvou třetin.

Co je dobré vědět, pokud se chystáte k nákupu nového nádobí: u modrých tónů je třeba opatrnosti, protože na nich mnohé potraviny nevypadají tak dobře.

Zdařilý závěr

Krátce před podáváním se sejde to, co k sobě patří. K tomu je možné od profesionálních kuchařů leccos odkoukat. Pokud má například steak vypadat spíše lehce a filigránsky, je možné jej nakrájet na úzké proužky. Pokud má pokrm naopak působit hruběji, zůstane steak v celku a přijde na stůl s «nožem v zádech».

U omáček navíc platí, že je dobré je umístit vedle nebo pod všechno, co má křupavou kůrku. Jednak to působí opticky lépe, a na druhou stranu se zachová křupavá konzistence. Naopak omáčky jako chimichurri lze dát na krátce opečené maso.

K úmyslnému kápnutí je třeba trochu odvahy.

Nechtěnému rozstříknutí omáčky lze zabránit tak, že pod lžičku podržíte malý talířek, dokud se nedostane do správné polohy nad talířem. Polévky do misky vytékají bez problémů z nádoby s hubičkou.

Objevuje se však také trend záměrného ukápnutí tekutých složek pro dosažení ležérního vzhledu. K tomu je třeba trochu odvahy, když se například kape omáčka na talíř z velké výšky. Ale výsledek je podstatně lepší, než když jste příliš opatrní. • mr



Vše od ovocného po křupavé

Takto pestré bude jaro

Na piknik nějaké křupavé občerstvení, sytá salátová mísa k obědu, výrazná šunka k aperitivu s přáteli a trofie s pestem k večeři v italské restauraci – jak by bylo krásné, kdyby každý mohl ochutnat nové výrobky ze všech zemí Bell Food Group. Ale v časopise LOOK! se na ně může alespoň podívat. • mr



S novými pesty od společnosti Bresc je možné jídla servírovat «vkusně».

Bresc

6krát autentická italská chuť

Společnost Bresc inspiruje své zákazníky z oblasti food service již od začátku března svými novinkami «Caponata», «Gremolata», «Aglione e Peperoncino», «Pesto all'Arrabiata», «Pesto alla Genovese» a «Vegan Pesto». S novými čerstvými omáčkami a pesty se mohou kuchaři vydat se značkou Hügli na kulinářskou cestu od Ligurie po Sicílii a zároveň ušetřit čas.



Abraham

Vůně šunky

Společnost Bell Německo rozšiřuje sortiment tenké krájené uzeniny značky Abraham o dvě mezinárodní šunkové speciality. «Savojská šunka» vyráběná společností Bell Francie a italská «Prosciutto Crudo» tradičně zraje na kosti a suší se několik měsíců na vzduchu.



Bell Švýcarsko

Speciality z Graubündenu v moderním balení

Čtyři kvalitní klasické výrobky z Graubündenu nyní společnost Bell Švýcarsko přináší ve skládacím obalu: «Trockenfleisch», «Bündnerfleisch», «Hobelfleisch» a «Bündner Rohschinken». Kromě tří mezinárodních syrových šunek jsou tak v praktickém, znovuuzavíratelném obalu k dostání také speciality z Graubündenu.



Bell Francie

Francie se setkává s Itálií

Od dubna zpestřuje společnost Bell Francie aperitiv nebo piknik novými specialitami «Jambon enrobé». Obě nové šunky v kořeněném obalu z pesta nebo rajčat s bazalkou mají lahodnou pikantní chuť.



hubers: snack it – love it

Snack, který si zamilujete

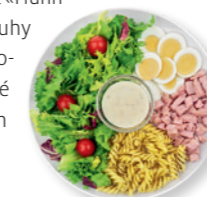
Pod novou vlastní značkou společnosti hubers: snack it – love it zavedla společnost Eisberg Rakousko do svého sortimentu dvě novinky: «Chicken Nuggets Pizza Style» a «Tortilla Nuggets». Obě novinky atraktivního trojúhelníkového tvaru mají křupavý obal a lze je mlsat s dipem nebo bez něj.



Eisberg Maďarsko

Saláty, které zasytí

Eisberg Maďarsko vstupuje do jara se třemi pestrými barevnými salátovými variacemi: «Thunfisch & Bulgur» (tuňák a bulgur), «Schinken & Ei» (šunka a vejce) a «Huhn & Pesto» (kuře a pesto). Všechny tři druhy kombinují listové saláty se zdrojem bílkovin a sytou přílohou. Toto trio připravené k okamžité konzumaci je tak optimálním základem pro vyvážená jídla.



Eisberg Rakousko

Změna pro polední přestávku

Společnost Eisberg dodává od února pro vlastní značku velkého rakouského maloobchodního řetězce dvě nové varianty salátů «Rainbow Bowl», barevnou směs se sladkými bramborami, červenou řepou a zelným salátem, a «Quinoa Nuss Bowl», která kombinuje quinoa se zeleninou a ořechy. Zároveň byl do regálů s chlazeným zbožím přidán «Hummus-Hamshuka Wrap» – chléb s hovězím masem a oblíbenou ciznovou pomazánkou.



Eisberg Švýcarsko

Hromady vitamínů

V letošním roce tým společnosti Eisberg Switzerland povzbuzuje chuť svých zákazníků na vitamíny šesti různými ovocnými poháry. Od «Orange & Traube» (pomeranč a hrozny) až po «Melone & Erdbeere» (meloun a jahoda) si tu všichni milovníci ovoce najdou ten správný mix. A pokud máte rádi spíše saláty, vyzkoušejte jednu ze dvou nových misek, které kromě křupavých salátových listů obsahují mimo jiné také malou porci bramborového salátu.



Hilcona

Jemně pomoučené, jako ručně dělané

Nové «Ravioli Bolognese» doplňují od dubna sortiment Hilcona Originale pro maloobchod. Zvláštnost: extra tenké těsto těstovin se šťavnatou boloňskou náplní obsahující kvalitní hovězí maso. Nový sezónní koncept Hilcona Originale navíc přináší na talíř ještě větší rozmanitost. Na úvod to je od dubna do srpna «Mezzelune Lachs» s krémovou náplní z uzeného lososa ASC s ricottou a mascarpone.



Hilcona

Novinky pro maximální gastronomické nároky

Od letošního jara nabízí společnost Hilcona svým zákazníkům food service ve Švýcarsku několik salátových novinek. K vrcholům patří «Asiatische Tofusalat mit Rüeblen und Edamame» (Asijský salát z tofu s mrkví a edamame). Tofu pochází z vlastní «výroby tofu» v Landquartu. Pracovníci z Lichtenštejnska se také starají o to, aby se na talíři objevilo více bio kvality, a to díky novým «bio lasagním» značky Bio Cuisine od společnosti Hilcona. Vyrábějí se z čerstvých surovin v nejlepší bio kvalitě a lze je připravit během chvilky.



The Green Mountain

Veganská alternativa řízku

Nový «Hot N Cold Schnitzel» od startupu společnosti Hilcona The Green Mountain nabízí zákazníkům food service čistou rostlinnou alternativu k jeho tradičnímu vzoru z pravého masa. Úžasně křupavý řízek se dodává zmrazený. Po rozmrazení jej lze připravit a podávat na různé způsoby, teplý i studený.



Hügli

Pro skutečnou úsporu času

Gastronomie dostává s novými koncentrovanými masovými šťávami od společnosti Hügli koncem března další podporu v každodenní práci. «Rinderfond», «Geflügelfond», «Fischfond» a «Gemüsefond» jsou připravené šetrně z těch nejlepších přísad. Jejich koncentrovanou chutí lze během chvilky vylepšit nejrůznější pokrmy.



Bell pro nejmenší

V poslední době se «pomocníci na čtyřech tlapkách» starají o pozornost mladé cílové skupiny pro značku Bell v Polsku. Naši kolegové vyvinuli výhradně pro spolupráci s oblíbeným kresleným seriálem «Tlapková patrola» dvě novinky.

«Tlapková patrola» patří k celosvětově nejznámějším kresleným seriálům pro děti předškolního věku. I v Polsku jsou dobrodružství zvířecích hrdinů velice oblíbená. To je pro místní tým Bell dobrý důvod pro spolupráci s výrobou a k tomu, aby byly na trh v Polsku uvedeny hned dva licenční výrobky.

Jelikož jsou novinky určeny pro děti, dávali kolegyně a kolegové při vývoji výrobků pozor zejména na jejich správné složení. Takže «Salami» (salám) obsahuje v porovnání s klasickou recepturou o 40 procent méně tuku a «Schinken Wiener» (vídeňské šunky) mají podíl masa 90 procent a bylo zcela upuštěno od použití barviv nebo fosfátů. Rodiče fanoušků «Tlapkové patroly» tak mohou novinky do nákupního košíku vložit s klidným svědomím.



Pracovní jubilea a odchody do důchodu od dubna do června 2024

«Od prvního dne pracuji po boku své sestry»



Yvonne Bautista
40 odpracovaných let

Funkce: provozní zaměstnankyně
Podnik: Bell Švýcarsko
Místo: Zell



Jak se stalo, že jste se před 40 lety ucházela o práci ve společnosti Bell Švýcarsko? Kvůli své sestře, Beatrix Imer. Tehdy se společnost Bell v Zellu ještě jmenovala «SEG-Poulets AG».

Co se za těch 40 let nejmíc změnilo? Digitalizace! Od papírové formy k počítači. Tehdy byli v kanceláři jen tři lidé (pozn. red.: ve správě). Dneska už ani nevím, kolik lidí tam je!

Je také něco ve vašem každodenním pracovním životě, co za ta léta zůstalo stejné? Ano, od prvního dne pracuji vedle své sestry (směje se). Někdo by mě měl napodobit!

Jaký zážitek z Vašeho působení ve společnosti Vám navždy zůstane v paměti? Myslím, že 90. léta dvacátého století a strach kvůli ptačí chřipce. Tehdy jsme občas pomáhali s úklidem a uklízeli toalety

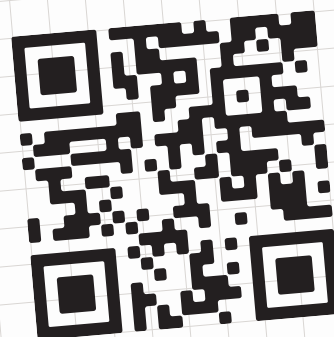
nebo šatny, protože poptávka po kuřečím mase byla velmi nízká. A pak samozřejmě přišel rok 2020 a koronavirus. S láskou budu vzpomínat i na pozitivní okamžiky, jako například teď na výročí.

Co Vám dnes ve Vaší práci dělá největší radost? Není to žádná práce u pásu, každý den je jiný. Jsem skutečně vděčná. Dělán svoji práci už dlouho, je mojí součástí.

Yvonne Bautista (vlevo) a Beatrix Imer (vpravo), rovněž 40 let* ve společnosti Bell. Obě sestry spolu již 40 let pracují v přípravě zboží v Zellu.

* Beatrix Imer oslavila své 40leté jubileum ve společnosti Bell v Zellu v únoru 2024 (vydání LOOK! 4/2023).

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 28. června 2024, abyste se mohli zúčastnit slosování o ceny. Výherci budou vyznameni přímo. O losování nebude vedena žádná korespondence ani podávány telefonické informace. Na několikanásobnou účast nebude brán zřetel.