

LOOK!

Personeelsmagazine van de Bell Food Group

01 2024



***Beste startposities
voor de professionals
van morgen***

BELL
FOOD
GROUP





Inhoud

Uit de onderneming

- 4 «Ik heb echt van elke dag genoten»**
Interview met CEO Lorenz Wyss

Werken bij de Bell Food Group

- 8 Een trainingsmenu voor distributie en verkoop**
Sales Academy: eerste overkoepelend trainingsprogramma
- 11 Werknemersenquête 2024**
21 mei tot 18 juni

Omslagverhaal

- 12 Beste startposities voor de professionals van morgen**
Beroepsopleiding als investering voor de toekomst
- Duurzaamheid en innovatie
- 18 Elke druppel telt**
Duurzaam gebruik van water
- Onze smaakvolle wereld
- 22 Dat is wel duidelijk**
Mooi gepresenteerd smaakt het allemaal nog beter
- 26 De lente wordt zo kleurrijk**
Alles van fruitig tot knapperig

Persoonlijk

- 29 «Ik werk al sinds dag één samen met mijn zus»**
Dienstjubilée en pensioenen van april tot juni 2024
- Terugkoppeling en verloting
- 32 Wat vond u het best?**
Er valt wat te winnen met uw feedback!

U kunt zich ook online abonneren op LOOK! en hem lezen of downloaden via look.bellfoodgroup.com.

Colofon Tijdschrift voor de werknemers van de Bell Food Group, 4 nummers per jaar, nr. 1/2024, april 2024, 30e jaargang.
Uitgever: Bell Food Group AG, Elsässerstrasse 174, 4056 Basel, Zwitserland. Adres: Bell Schweiz Ltd, redactie LOOK!, postbus 2356, 4002 Basel, Zwitserland. Tel. +41 58 326 2447, look@bellfoodgroup.com, www.bellfoodgroup.com.
Redactie: Sara Heiniger (sh), bestuur. Redactionele ondersteuning: Michaela Rosenbaum (mr), Adrian Portmann (ap).
Foto's: Stefan Schmidlin Fotografie, Bazel (CH), S. 4-7. atelierkorak ag, Riehen (CH), S. 22-25.
Ontwerp: oblografik, Olten, Zwitserland. Fotobewerking: Proacteam AG, Allschwil, Zwitserland. Druk: SWS Medien AG PriMedia, Sursee, Zwitserland. Gedrukt op FSC-papier. Adreswijzigingen: Neem contact op met het verantwoordelijke HR-bureau of de personeelsafdeling.

Op de omslagfoto zie je Moritz Höft (links op de achtergrond) en Ihsan Mamuti (voorgond), twee DHBW-studenten in Business Information Systems Application Management bij de Bell Food Group in Basel. De foto is genomen op het leerlingenevent 2023 tijdens het avondevenement op de eerste avond, een concert door de band No Caps.

Het geschenk om jezelf te kunnen bewijzen

Beste medewerkers

Ik begon mijn professionele carrière bijna 50 jaar geleden met een stage als slager in een slagerij in Arlesheim (Zwitserland), waar ik ben opgegroeid. Ik heb vooral voor deze stage gekozen omwille van de mensen in het bedrijf en minder omdat ik gefocust was op de job. De begeleiding was goed, heel persoonlijk en authentiek, eerlijk en correct. Ik voelde me erg op mijn gemak in deze familiale omgeving. Bovendien moedigde mijn baas me aan en gaf hij me vertrouwen: in mijn tweede stagejaar werd het hoofd van de worstafdeling ontslagen. Ik mocht de leiding overnemen nadat mijn baas zei: «Je kunt het!» Dat heeft me gevormd. Het feit dat ik toen mezelf mocht zijn, niet hoefde te doen alsof en dat ik mijn capaciteiten kon tonen, was echt een geschenk! Beste medewerkers, we moeten dit geschenk ook aan onze stagiairs geven.



Als voedselverwerker vertrouwen we op goed opgeleide specialisten die onze sector en ons bedrijf kennen, of het nu gaat om technologie, productie, logistiek, IT of administratie. Daarom heeft de Bell Food Group zichzelf als doel gesteld om het aantal stagiairs tegen 2026 te verdubbelen. Om dit te bereiken, moeten we ons niet alleen onderscheiden met onze producten, maar ook voorop lopen op het gebied van training en onze stagiairs een unieke beroepsopleiding aanbieden.

Natuurlijk zijn de randvoorwaarden waar we nu aan werken belangrijk, zoals u kunt lezen in ons omslagverhaal. Maar het gaat er ook om hoe we jongeren ontmoeten. Het is onze taak om naar hen te luisteren, op hen te reageren en er voor hen te zijn.

Ik raak altijd geïrriteerd als ik mensen hoor klagen over «de jeugd van tegenwoordig». We zijn allemaal ooit jong geweest. De jeugd van nu is anders dan die van tien jaar geleden. Over vijf jaar zal de jeugd er ook anders uitzien. Dat is ook goed, en dat hoort zo. Want deze diversiteit is een verrijking voor ons bedrijf. Het is een groot plezier om de passie voor een beroep en een vak over te kunnen brengen op jonge mensen, hen te motiveren en hen te zien openbloeien en ons bedrijf vorm te zien geven met hun ideeën en betrokkenheid. Vooral als ze besluiten om na hun opleiding bij het bedrijf te blijven. Niet omdat het de gemakkelijkste keuze is, maar omdat ze hun werk leuk vinden en zich op hun gemak voelen bij ons. Als we dit voor elkaar krijgen, dan is elke stagiair een investering in onze toekomst.

Als Bell Food Group hebben we hiervoor unieke omstandigheden: met de diversiteit binnen onze groep en de band met het moederbedrijf Coop kunnen we onze jonge mensen vooruitzichten bieden waar ik na mijn opleiding alleen maar van kon dromen. Als ik na mijn stage de kans had gekregen om ervaring op te doen in Spanje, Noord-Duitsland of Frankrijk, was ik meteen vertrokken!

Lorenz Wyss
Voorzitter van het bestuur van de groep

Het is onze taak om te luisteren en er voor hen te zijn.

Interview met CEO Lorenz Wyss

«Ik heb echt van elke dag genoten»

In juni treedt Lorenz Wyss na 13 jaar af als CEO en geeft hij het stokje door aan zijn opvolger. In een interview met LOOK! vertelt hij hoe de Bell Food Group veranderd is sinds 2011, wat hem in de toekomst te wachten staat en waarom hij zijn tijd zeker niet alleen maar wil besteden aan ouder worden. • sh

Waar ben je het meest trots op sinds u CEO werd in 2011?

Trots? Dat ik daar zo lang mocht blijven en dat ik niet ben weggestuurd. (Lacht) Nee, dat was een grapje. Ik ben trots op de ontwikkeling

Toen ik hier begon, werd er nog gerookt in de kantoren.

die onze groep in deze tijd heeft doorgemaakt. We zijn gegroeid. Vooral in de Convenience-sector, waar we nu een toonaangevende rol spelen zonder onze kernactiviteiten met vlees en vleeswaren te verwaarlozen – integendeel zelfs. We hebben onze rentabiliteit verhoogd, marktaandeel gewonnen en ons bedrijf aangescherpt en gefocust – en ons succes bevestigt ons gelijk. Onze strategieën werken. Dit is een goede basis waarop mijn opvolger Marco Tschanz kan voortbouwen.

Wat is je persoonlijke hoogtepunt van de afgelopen 13 jaar?

Mijn hoogtepunt is dat ik 's ochtends gezond kan opstaan. Want dan heb ik elke dag de kans om iets te veranderen en iets beter te doen. (Denkt na) Misschien is het een mooi toeval dat

13 altijd mijn geluksgetal is geweest. In die zin zou mijn hoogtepunt zijn dat ik deze 13 jaar bij de Bell Food Group heb mogen doorbrengen. In een sector waarmee ik me erg verbonden voel en met mensen die me na aan het hart liggen en waarmee ik elke dag met veel plezier werk. Ik heb nog geen dag spijt gehad van mijn beslissing om deze functie bij de Bell Food Group in 2011 aan te nemen.

Wat is er sindsdien veranderd?

De cultuur, denk ik. Toen ik hier begon, werd er nog gerookt op kantoor en wijn gedronken tijdens de lunch. Dat hebben we veranderd. Ik denk dat we een cultuur hebben ontwikkeld waarin ik mezelf beter kan identificeren. Je bent eerlijker, consistent, authentieker en je bent ontvankelijker voor mensen. Maar de essentiële zaken zijn eigenlijk hetzelfde gebleven: een geweldig bedrijf en geweldige medewerkers.

En hoe ben jij veranderd?

Ik heb zeker veel geleerd. Na mijn start in een klein bedrijf leerde ik in mijn tijd bij Coop de



detailhandel goed kennen. Daarna stapte ik over naar de industriële productie bij de Bell Food Group. Vandaag heb ik een grondige kennis van het hele proces. Dit zou ik in de toekomst zeker beschikbaar willen maken. Dat is tenminste het plan.

Dat is een goede binnenkomer. Wat is de volgende stap voor jou in de toekomst?

Ik ben momenteel mijn motorgarage aan het inrichten. Ik rijd al sinds mijn 18e motor met een groepje vrienden en we zijn al lang op zoek naar een ontmoetingsplaats. Ik woon zelf in Basel. Maar in Arlesheim (voorstad van Basel;

N.v.d.r.), waar ik ben opgegroeid, hebben we nu een geweldige ontmoetingsplaats voor ons vieren gevonden in deze garage. Er ontbreekt nog wel een koelkast. Maar het bier heb ik al gekocht! (lacht) Vervolgens nog een grote barbecue en dan is het klaar. Ik kan niet de hele tijd thuis zitten! Daarom doe ik nog een paar dingen. Hobby's en sport, bijvoorbeeld. Bovendien wil ik zeker mijn kennis en ervaring in de branche aanbieden als dat nodig is. Misschien in een stichting, zodat ik ook iets terug kan doen.

Ik ben momenteel mijn motorgarage aan het inrichten.



Onze mensen zijn in goede handen bij Marco.

Waar kijk je het meest naar uit?

Dat ik 's ochtends gezond opsta. Ik zeg altijd: Als je gezond bent, kan je eigenlijk alles. Wat ik zeker niet ga doen: Om 9 uur 's ochtends een croissant eten, de krant lezen en mezelf ouder zien worden. Daar ben ik echt niet voor gemaakt!

Wat ga je in plaats daarvan doen?

Ik ga zeker reizen. Bijvoorbeeld motorrijden in de VS. Misschien op 6 juni een reis maken naar Normandië voor D-Day. Ik ben altijd al geïnteresseerd geweest in geschiedenis, en de tijd hebben om het te ervaren is een geschenk. Ik heb nog steeds veel ideeën en dromen. Ik leef voor het realiseren ervan. Of deze allemaal gaan lukken, is een andere vraag. (lacht)

Maar ik zal zeker ook tijd maken voor mijn omgeving. Ik heb een geweldige familie, geweldige vrienden. Ik wil ze gaan bezoeken. In september ben ik bijvoorbeeld uitgenodigd voor een bruiloft in Bologna. Daar kan ik nu de tijd voor nemen. Op mijn gemak naar Italië rijden en telkens tussenstops maken. Daar kijk ik naar uit. Mijn partner vroeg al: «Blijf je de hele dag thuis als je met pensioen gaat?» «Zeker niet!» zei ik, en ze antwoordde: «Dan is het goed!» (lacht)

Maar ik moet wel echt zeggen: Die 13 jaar waren een geweldige tijd. Ze zijn veel te snel voorbij gegaan, maar ik heb van elke dag genoten, echt van elke dag. En ik had er geen uur van willen missen.

Wat zal je missen?

Jullie. Jullie als mensen. Als je elke dag doorbrengt met mensen die je leuk vindt en bij wie je je goed voelt, dan zal je dat missen.

Van 2011 tot 2024

Sinds Lorenz Wyss in 2011 als CEO bij de Bell Food Group kwam werken, is de ondernemingsgroep zich blijven ontwikkelen. De omzet is gestegen van CHF 2,5 miljard naar meer dan CHF 5 miljard. Het aantal werknemers is meer dan verdubbeld.

Internationalisering en uitbreiding van kernactiviteiten

Overname van Hubers en investeringen in fabrieksuitbreidingen (Zell, Niepołomice) of nieuwe gebouwen (Fuensalida)

Uitbreiding van de Convenience-pijler

Overname van Hilcona, Gastrostar/Eisberg/Sylvain & CO en Hügli, alsmede nieuwbouw in Marchtrenk en toetreding tot de Oostenrijkse Convenience-markt.

Investerings in productiviteit

Modernisering en uitbreiding in Oensingen en fabrieksonwikkelingsplan in Schaan en Steinach

Wat zou je nog willen meegeven aan deze mensen, de mensen van de Bell Food Group?

Heel eenvoudig: Ik heb jullie graag. Blijf zoals je bent.

Wat wil je je opvolger meegeven?

Ik wil geen grote wijsheid doorgeven. Ik ben blij dat er iemand komt aan wie ik simpelweg de sleutel kan geven en erop kan vertrouwen dat het goed komt. Daar ben ik dankbaar voor. Marco zal zijn werk goed doen. De werknemers van de Bell Food Group zijn bij hem in goede handen.

En last but not least: Met welk gerecht begin jij je volgende hoofdstuk?

Met een St. Galler kalfsworst, natuurlijk. We hebben het bier al gekocht en ik wacht nog steeds op de koelkast voor de garage! (lacht) Er zal altijd een St. Gallen kalfsworst in die koelkast liggen, net als bier en mineraalwater – je kan gewoon niet zonder! Maar tegelijkertijd heb je ook niet meer nodig. • sh

Sales Academy: eerste overkoepelend trainingsprogramma

Een trainingsmenu voor distributie en verkoop

Het eerste groepsbrede trainingsprogramma van Bell Food Group start in mei. Het is gericht op werknemers in de verkoop en distributie en zal hen gedurende verschillende jaren in hun carrière begeleiden. De nieuwe Sales Academy is ontwikkeld in nauwe samenwerking tussen het Competence Center Verkoop en de afdeling Personeelsontwikkeling.

De eerste trainingsgroep als onderdeel van de nieuwe Sales Academy komt in mei bijeen in Zürich voor het «voorgerecht» van hun «MyLearning-menu». Het nieuwe trainingsprogramma kreeg deze naam in lijn met de waarde van Bell Food Group «We houden van genot».

Daarom was er een virtueel «aperitief» voorafgaand aan deze eerste persoonlijke sessie. Dit wordt gevolgd door een «hoofdgerecht», «tussengerecht» en «dessert». Net



«Tijdens de voorbereidingsfase was het vooral spannend om de behoeftenanalyse uit te voeren en de verschillende groepen belanghebbenden van de afzonderlijke distributeurs en de verschillende verwachtingen en vereisten te identificeren. Ik denk dat we daar heel goed in zijn geslaagd. Over het geheel genomen is het trainingsprogramma niet alleen een waardevol instrument voor de verdere ontwikkeling van onze huidige werknemers, maar ook een aantrekkelijk aanbod voor potentiële sollicitanten.»

Roland Ferraro, hoofd Verkoop/
Productmanagement bij Bell Schweiz

als een menu in een restaurant is dit trainingsmenu van tevoren zorgvuldig samengesteld.

«Het Competence Center Verkoop benaderde de HR-afdeling met de vraag om een specifiek en overkoepelend trainingsprogramma te ontwikkelen voor verkoop en distributie,» vertelt Selina Weber, HR-specialist voor personeelsontwikkeling bij de Bell Food Group.

Met dit idee streefde het Competence Center Verkoop andere belangrijke doelen na, naast de grondige training van zijn werknemers. Enerzijds zijn de groepsoverschrijdende persoonlijke sessies bedoeld om de vorming van een netwerk en het benutten van samenwerkingsverbanden te bevorderen. Aan de andere kant is zo'n programma ook een aantrekkelijke

Er was een virtueel «aperitief» voor de eerste persoonlijke sessie.

MyLearning-menu

Aperitief

Het menu begint voor iedereen met een virtuele zelfstudie over werkorganisatie.



Voorgerecht

Als voorgerecht staan communicatie en uiterlijk op het menu.



Hoofdgerecht

Als hoofdgerecht worden de basisprincipes van distributie en verkoop geserveerd.



Tussengerecht

Het trainingsmenu gaat verder met specifieke details over de afzonderlijke vakgebieden.



De drie trainingsmenu's van de Sales Academy zijn elk afgestemd op de specifieke behoeften van de vakgebieden.



Dessert

Bij het dessert wordt er besloten of men verder wil gaan met een gespecialiseerde of managementcarrière.



«Oorspronkelijk was het mijn bedoeling om een gezamenlijk distributietrainingsprogramma op te zetten. Wat we nu hebben is een compleet trainingsprogramma voor drie verschillende doelgroepen. Echt geweldig, hartelijk dank hiervoor! Het doel is om jonge medewerkers te ondersteunen in hun ontwikkeling en tegelijkertijd de «oude rotten in het vak» de kans te geven om aan zichzelf te blijven werken door middel van gerichte opfriscursussen. Training is de sleutel om als organisatie vooruit te komen, onze strategieën succesvol te implementeren en om winst te behalen in de markt.»

Simone Brosy, hoofd LEH, Hilcona

reden voor sollicitanten om voor Bell Food Group te kiezen.

In de eerste stap stond het ontwikkelingsteam voor de taak om de verschillende behoeften uit alle gebieden in Duitsland, Oostenrijk en Zwitserland samen te brengen, om zo een programma te creëren dat geschikt was voor iedereen. Daartoe werden eerst gemeenschappelijke

«We hebben een heel programma voor drie doelgroepen.»

kenmerken vastgesteld voor interne verkoop, Key Account Management en de buitendienst en werden de criteria gedefinieerd die nodig zijn voor werknemers op deze gebieden om hun werksituaties met succes te beheersen.

«Op basis van deze resultaten konden we de inhoud ontwikkelen en de trainingen samenstellen voor deze groepen,» legt Selina Weber uit. «Het is heel belangrijk dat we dit programma gebruiken om mensen te ondersteunen in hun ontwikkeling op de lange termijn. Met andere woorden, idealiter gedurende verschillende jaren van hun carrière.»

Het programma, dat gericht is op het hele verkoop- en distributieteam, begint dan ook met de organisatie van het werk. Daarna volgen onderwerpen over klantbenadering en de basisprincipes van verkoop en distributie. Daarna staan de details voor de betreffende groep op het leerplan. Het «dessert» is waar men besluit of men een gespecialiseerde of managementcarrière wil nastreven.

«Met de basistrainingen voor gespecialiseerde of managementfuncties blijven we het gestandaardiseerde trainingsprogramma ontwikkelen en worden mensen verder ondersteund op basis van hun behoeften», zegt Selina Weber.



«Met het nieuwe trainingsconcept willen we de dagelijkse uitdagingen in de distributie beter het hoofd bieden, onze vaardigheden aanscherpen en nieuwe methodes aanleren. En omdat veel van de fundamentele kwesties in onze bedrijven en in onze landen vergelijkbaar zijn, is het de moeite waard om de krachten te bundelen. Veel ideeën waren al beschikbaar en het was een kwestie van de verschillende elementen samen te voegen. De gezamenlijke trainingssessies zullen ons nu helpen om het groepsconcept te realiseren, te leren van de ervaringen van onze collega's en te netwerken tussen de eenheden.»

Marc Tissot, CCO B2B van de Hügli Groep



«In een bedrijf behoren mensen en hun effectieve, overkoepelende samenwerking tot de succesfactoren. De mogelijkheid om ideeën uit te wisselen met collega's versterkt de identificatie met onze groep, wat erg motiverend kan zijn voor deelnemers. Best practices kunnen ook worden besproken en geïmplementeerd binnen de Group. Hierdoor kunnen we ons namelijk onderscheiden van andere bedrijven, concurrentievoordelen creëren en ons profileren. Bovendien is de Sales Academy een pluspunt bij het werven van externe krachten.»

Martin E. Schygulla, voorzitter van de bedrijfsleiding, hoofd van de divisie Bell Deutschland @ Spanje

In de beginfasen van het programma wordt echter ook rekening gehouden met de individuele behoeften van de deelnemers. Het is bijvoorbeeld mogelijk om op verschillende punten in te stappen, afhankelijk van ervaring. De snelheid waarmee de Sales Academy wordt af-

gerond, is bovendien ook afhankelijk van elk individu.

Met de Sales Academy hebben het Competence Center Verkoop en de afdeling Personeelsontwikkeling het eerste overkoepelende trainingsprogramma van de Bell Food Group gelanceerd. En misschien niet het laatste. Op basis van dit voorbeeld kunnen andere afdelingen die ook behoefte hebben aan groepsbrede trainingsconcepten hun eigen programma's ontwikkelen in samenwerking met Personeelsontwikkeling. • mr

BELL FOOD GROUP



Werknemersenquête 2024

21 mei tot 18 juni

De enquête vindt online plaats. U ontvangt een uitnodigingsbrief of een digitale uitnodiging op uw zakelijke e-mailadres (om redenen van gegevensbescherming alleen in Zwitserland en Liechtenstein).

De enquête kan in de volgende talen worden ingevuld: Duits, Frans, Engels, Spaans, Italiaans, Nederlands, Hongaars, Pools, Roemeens, Bosnisch, Kroatisch, Servisch, Slowaaks, Portugees, Turks, Tamil, Oekraïens, Tsjechisch, Bulgaars en Singalees.

Members of Bell Food Group



Anonimiteit: de enquête wordt georganiseerd door Empiricon. Empiricon garandeert een volledige vertrouwelijkheid bij de behandeling van uw persoonlijke gegevens. Bij het analyseren van de gegevens wordt ervoor gezorgd dat er geen conclusies kunnen worden getrokken over individuen. De gegevens worden uitsluitend geanalyseerd in samengevatte vorm en op basis van groepen van ten minste 5 respondenten. De individuele datasets zijn op geen enkel moment toegankelijk voor de Bell Food Group.



Beroepsopleiding als investering voor de toekomst

Beste startposities voor de professionals van morgen

Een aantrekkelijke beroepsopleiding zorgt voor de geschoolde arbeidskrachten van morgen. Het aantal stageplaatsen bij de Bell Food Group moet tegen 2026 verdubbeld worden. De focus ligt op technologie, productie en logistiek.

Als bedrijf is het aanbieden van een goede beroepsopleiding van cruciaal belang. «Het groepsmanagement van de Bell Food Group staat volledig achter het beroepsopleidings-

Als bedrijf is het aanbieden van een goede beroepsopleiding van cruciaal belang.

programma van het bedrijf,» zegt Endrik Dallmann, hoofd HR bij de Bell Food Group. Samen met zijn team is hij verantwoordelijk voor de ondersteuning van meer dan 12.000 werknemers in 16 Europese landen, waaronder zo'n 160 voornamelijk jonge mensen die momenteel een beroepsopleiding volgen in productie, logistiek, technologie, IT of administratie. Endrik Dallmann, die 30 jaar geleden zelf zijn carrière begon met een beroepsopleidingsprogramma als industrieel bediende binnen het bedrijf in Hügli Duitsland, voelt hoe de verwachtingen van toekomstige professionals zijn veranderd en hoe de eisen aan opleidingsbedrijven de afgelopen decennia zijn veranderd.

«Ik ervaar dit uit eerste hand wanneer ik met mijn eigen kinderen praat.» Ze zijn begin tot midden 20 en maken dus deel uit van Generatie Z, de groep jongeren die we vandaag willen inspireren om een beroepsopleiding te volgen. «Het is niet altijd gemakkelijk om de verwachtingen van Gen Z volledig te begrijpen, laat staan ze in te lossen, maar we zijn op de goede weg,» verklaart Endrik Dallmann zelfverzekerd. «Wat jongeren tegenwoordig steeds meer van hun carrière verlangen, is zinvol werk, ook tijdens hun opleiding. Dit hangt samen met het verlangen naar een hoge mate van zelfstandigheid.» Om aan deze behoefte te voldoen, is het belangrijk om een kader te creëren waarin werknemers zich in hun werk verder kunnen ontwikkelen.

Netwerken versterkt de samenwerking

Eén van de taken van een goed opleidingsbedrijf is te luisteren naar de behoeften van de stagiaires en hen onderweg te ondersteunen en te versterken. Dit houdt ook in dat de leerlingen met elkaar netwerken. «Tijdens een bijeenkomst die elke twee jaar plaatsvindt, leren de stagiaires van de verschillende bedrijven en beroepen elkaar persoonlijk kennen en krijgen ze de kans om samen te werken in workshops,» zegt Endrik Dallmann. Dit heeft geleid tot een eigen sociaal netwerk dat de dialoog vergemakkelijkt, zelfs wanneer de jonge professionals allang terug zijn in hun bedrijf om hun professionele taken voort te zetten.



De grote bijeenkomst

Als het weer tijd is voor het leerlingenevent, reizen meer dan 100 jongeren uit vier landen af om elkaar uit te dagen en samen een leuke tijd te beleven.

Op het leerlingenevent van Bell Food Group komen leerlingen uit Duitsland, Oostenrijk en Zwitserland om de twee jaar samen om samen een project te realiseren, van elkaar te leren en, last but not least, een onvergetelijke tijd samen te beleven. Ongeveer 130 deelnemers en 20 begeleiders namen deel aan de laatste editie, die net als in voorgaande jaren werd gehouden in Magglingen boven de stad Biel in het kanton Bern. Voor de challenge «The Burger

Factory» werden in totaal 24 groepen gevraagd om hun eigen hamburgerrecept te maken waar de jury van zou watertanden. Het winnende team maakte indruk op de jury met hun zuivere vakmanschap en bijzonder smakelijke presentatie. Naast de reisbonnen die ze wonnen, zullen de hamburgerkampioenen vooral fier zijn geweest dat hun eigen recept in een professioneel ontworpen en gedrukt kookboek verscheen.

Een kleurrijke mix met bijpassende T-shirts: Bell in het rood, Eisberg in het groen, Hilcona in het blauw en Hügli in het wit. In het roze het Crea-team, dat het evenement met foto's en filmpjes ondersteunde, en in zwart alle begeleiders.

Vreemdgaan met benefiits

Tijdens een verblijf in het buitenland dompen stagiairs zich onder in nieuwe werelden en leren ze uit eerste hand over de verschillen en overeenkomsten tussen de verschillende bedrijven.

Een nieuw land, een andere taal, een spannende cultuur: Als leerlingen besluiten om tijdens hun opleiding een maand in het buitenland door te brengen, staat hen een spannende tijd te wachten. Of het nu gaat om een mechatronica-ingenieur of industrieel bediende: De eerste stap is het kiezen van een vestiging. Als bedrijvengroep die in heel Europa actief is, heeft de Bell Food Group veel te bieden en kan de keuze van bestemmingen haast worden vergeleken met een vakantiecatalogus. Hoewel: Vakanties zien er anders uit. De jongeren mogen immers een handje helpen zodra ze bij het bedrijf van hun keuze zijn aangekomen. Ze worden niet alleen verwelkomd door een nieuw team, maar leren ook uit de eerste hand de werking van een ander bedrijf en werken vanaf dag één mee. Naast



het werk is er natuurlijk tijd om het land en de mensen beter te leren kennen, bezienswaardigheden te bezoeken en je taalvaardigheden aan te scherpen. Een waardevolle ervaring, niet alleen voor je toekomstige carrière, maar voor het leven.

In de leerlingenstroom op de my Bell Food Group-werknemersapp deden de leerlingen verslag van hun taalreizen.

Twee opleidingsplaatsen, één succesvol model

Demografische veranderingen betekenen dat een bovengemiddeld aantal professionals in de komende jaren bedrijven zal verlaten en met hun welverdiende pensioen zal gaan. De Bell Food Group neemt tal van maatregelen om deze situatie aan te pakken. Dit omvat het streven om het

Het doel is om tegen 2026 in totaal 300 stageplaatsen te creëren.

aantal stageplaatsen tegen 2026 aanzienlijk te verhogen. Het doel is om in totaal 300 stageplaatsen aan te bieden, met name in Zwitserland, Duitsland en Oostenrijk. Met andere woorden, in die landen waar de voordelen van het

duale beroepsopleidingsstelsel worden bevoorrecht. Het duale systeem omvat op gelijktijdige opleiding in het bedrijf en op een beroepsschool. In de strijd tegen het tekort aan geschoolde arbeidskrachten dient dit type beroepsopleiding wereldwijd als rolmodel. «Een andere interessante optie is het duale studieprogramma, dat studeren aan een hogeschool combineert met opleiding binnen een bedrijf en vooral in Duitsland al met succes wordt toegepast. Studie en praktijk wisselen elkaar elke drie maanden af,» legt Endrik Dallmann uit.

Het aantal stageplaatsen verdubbelen: Managementworkshop ontwikkelt concept

Antwoorden op de vraag hoe dit ambitieuze doel bereikt kan worden, worden momenteel ontwikkeld door een werkgroep. In de zogenaamde managementwerkplaats werkt een transnationaal team van collega's aan een concept dat de basis zal vormen voor een verdubbeling van het aantal stageplaatsen als onderdeel van het eigen

Hier blijft de slagerij in het dorp

In de familiale sfeer van een kleine dorpslagerij leer je het vak van dichtbij. Een goede zaak, niet alleen voor aankomende vleesspecialisten, maar voor een hele regio.

Na bijna 40 jaar stond slagerij Stübi in Matzendorf, niet ver van de Bell-vestiging in Oensingen, op het punt de deuren te sluiten. Meneer en mevrouw Stübi, de eigenaars van de geliefde dorpslagerij, stonden op het punt met pensioen te gaan en waren daarom op zoek naar een opvolger. Geen gemakkelijke onderneming, zo bleek. Omdat er al vele jaren een succesvolle samenwerking met Bell was op het gebied van opleiding, lag het lot van de slagerij in het dorp ook de verantwoordelijken bij Bell na aan het hart en gingen ze op zoek naar een oplossing om de toekomst van de zaak veilig te stellen. De voormalige slagerij van Stübi heet nu Thaler-Metzg en dient voortaan puur als opleidingscentrum voor Bell Schweiz. Onder de deskundige begeleiding van de voormalige Stübi-leerling en de huidige bedrijfsleider Michael Saner, leren de jonge slaggers van Bell het vak van vleeswaren in de dorpslagerij. Het grote voordeel hiervan is dat ze na hun leerperiode het hele proces van vleesverwerking en -verfijning onder de knie hebben. De bekroonde originele

recepten van de familie Stübi blijven behouden en de lokale bevolking kan blijven genieten van hun eigen slagerij in de buurt. Een bedrijf waar niet alleen een nieuwe generatie het traditionele ambacht leert, maar waar de focus ook ligt op duurzaam geproduceerd vlees uit de regio en de beste kwaliteit centraal blijft staan.

**THALER
METZG**



thaler-metzg.ch/ausbildung/



Verder ontwikkelen in plaats van stilstaan

Leerlingen moeten niet alleen hun vak goed leren en waardering voor hun werk krijgen, maar ook binnen het bedrijf blijven dankzij progressieve arbeidsomstandigheden en een eerlijk loon.



Andreas Begré, hoofd beroepsopleiding bij Bell in Zwitserland

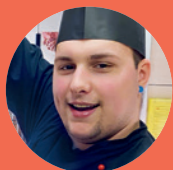
Beroepsopleidingen vormen een hoge prioriteit bij de Bell Food Group. Daarom willen we absoluut bij de besten op dit gebied horen. Zo willen we ook de beste stagiairs aantrekken. Om dit ambitieuze doel te bereiken, is het belangrijk dat de nodige infrastructuur ter beschikking staat en dat de opleidingsinhoud goed is. «We zetten de volgende stap», zegt Andreas Begré, Hoofd Beroepsopleiding bij Bell Schweiz, over de maatregelen die zijn genomen om beroepsopleidingen nog aantrekke-

lijker te maken binnen de Bell Food Group. «In het kader van een vestigingsbeoordeling leggen we de huidige situatie vast en leiden we uit onze analyse af welke richting we uit moeten.» Naast de specifieke opleidingsinhoud zijn ook de arbeidsvoorwaarden een onderwerp dat de nodige aandacht verdient. Naast vooruitstrevende werkomstandigheden hoort hier ook een moderne en eerlijke verloning bij voor toekomstige specialisten.

Wat leerlingen zeggen over hun beroepskeuze



Juan Riveiro, in zijn 3e stagejaar als fabrieksoperator bij Hilcona in Schaan:
«Ik wil graag bij Hilcona blijven en mijn opleiding voortzetten. Ik werk al drie jaar bij het bedrijf en ken mijn weg er een beetje. Ik denk dat ik Hilcona dan goed kan ondersteunen met mijn kennis.»



Alessio Arieta, in zijn 3e stagejaar als kok bij Bell in Zell:
«Ik heb nu bijna mijn derde jaar stage als EFZ-kok bij Bell in Zell afgerond. Ik vind het vooral leuk om bij Bell te werken omdat je altijd nieuwe gezichten ontmoet en zelf nieuwe plaatsen verkent. Je bent hier in een zeer leerzame omgeving en wordt ondersteund waar nodig. Ik heb een geweldige ervaring opgedaan in mijn bijna drie jaar bij Bell en ik heb veel geleerd. Niet alleen voor het werk, maar ook voor het leven.»



Fabio Dalla Valle, in zijn 1e stagejaar als levensmiddelen-technoloog bij Hilcona in Schaan:
«Wat ik het leukste vind, is de afwisseling tijdens de stage en ik ben ook erg blij met mijn loon. Ik denk dat het belangrijkste aan mijn stage is dat ik er plezier in heb. Ik wil ook graag verder studeren na mijn stage en dankzij Hilcona is dat mogelijk. Voor de toekomst hoop ik dat ik mijn stage succesvol afrond en dat ik gezond blijf.»



Gian Kunz, in zijn 3e stagejaar als commercieel medewerker bij Hilcona in Schaan:
«De verschillende afdelingen waar ik heb gewerkt tijdens mijn driejarige stage zijn allemaal erg spannend. Er is iets nieuws te leren op elke afdeling, of het nu iets nieuws is over Hilcona of zelfs over de hele Bell Food Group. Op elke afdeling werkt een briljant team. Ik hou vooral van de zelfstandigheid in mijn werk.»



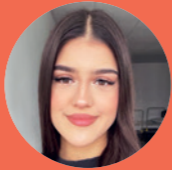
Denys Tarasenko, in zijn 3e stagejaar als fabrieksoperator bij Hilcona in Schaan:
«Ik hou van mijn werk: Een gevarieerde agenda, vriendelijke collega's, goede werktijden en je hoeft je werkkleding niet thuis te wassen.»



Navina Nek, in haar 1e stagejaar als commercieel medewerker bij Hilcona in Schaan:
«Tijdens mijn stage als commercieel medewerker heb ik veel verschillende taken op me genomen en twee afdelingen leren kennen. Ik vind de gevarieerde taken zoals het opmaken van facturen, het controleren van certificaten en het helpen in de interne kiosk erg leuk. Ik vind ook de verschillende evenementen die je samen met de andere stagiairs doet, zoals het inpakken van de kerstpakketten of de kennismakingsdagen, erg leuk en goed voor de teambuilding. Bij het kiezen van mijn stagebedrijf vond ik het belangrijk dat het een open en interessant bedrijf was met een vriendelijke sfeer. Hilcona sprak me vooral aan vanwege de voedselproductie en de verschillende activiteiten daarachter. Voor mijn toekomst hoop ik mijn stage succesvol af te ronden met een aansluitend beroepsdiploma.»



Almina Bosnic, in haar 2e stagejaar als commercieel medewerker bij Bell in Basel:
«Mijn commerciële stage bij Bell is zeer gevarieerd, omdat ik inzicht krijg in verschillende afdelingen van een bedrijf. Ik heb zelf al drie afdelingen kunnen bezoeken (IT-administratie en -informatie, Accounting en Aankoop zeevruchten) en ben heel tevreden. Met deze halfjaarlijkse wisseling van afdelingen is er een geweldige kans om elke dag iets nieuws te leren en je vaardigheden uit te breiden. Bovendien worden wij stagiairs gemotiveerd met bonussen, wat naar mijn mening ook onze prestaties in het bedrijf en op school stimuleert.»



Sara Tomic, in haar 3e stagejaar als commercieel medewerker bij Eisberg in Dällikon:
«Toen ik Eisberg koos als mijn stagebedrijf, was een prettige werksfeer bijzonder belangrijk voor mij. Mijn goede relatie met mijn collega's bevestigt dit. Zowel zelfstandigheid als teamwerk zijn belangrijk voor mij in mijn werk en daarom heb ik gekozen voor een commerciële stage. Mijn doel is om in de zomer mijn opleiding succesvol af te ronden en daarna verder te studeren.»



De nieuwe technische trainingswerkplaats bij Bell in Basel biedt plaats aan zeven productiemechaniekers of automatiseringstechnici in opleiding.

Competentiecentra voor de professionals van morgen

In de opleidingsworkshops worden kennis en ervaring van het vak samengebracht en doorgegeven aan toekomstige vakmensen. Het voordeel is dat je je volledig op je opleiding kunt concentreren, weg van de productiedruk en andere invloeden van buitenaf.

In de opleidingsworkshops van Bell Schweiz wordt elk detail afgestemd op de behoeften en eisen van de jonge leerlingen. Terwijl de werkplaats in Basel voor slagers in opleiding al vele jaren bestaat, is er sinds ongeveer twee jaar een nieuwere werkplaats in Oensingen. Ook daar wordt het slagersvak door de vakopleiders in een speciaal gecreëerd kader aangeleerd en doorgegeven aan de volgende generatie vakmensen. In september vorig jaar, na een

bouwperiode van vier maanden, werd ook de eerste opleidingsworkshop op het gebied van technologie geopend. De nieuwe infrastructuur biedt momenteel aan zeven leerlingen de ideale omgeving om zich te ontwikkelen tot productiemechanieker. Hierdoor kunnen automatiseringstechnici zich ongestoord concentreren op verschillende taken en de leerinhoud opnemen in een rustige, beschermde omgeving.

potentiële ontwikkelingsprogramma. «De huidige managementwerkplaats bestaat uit acht vrouwen en twee mannen. Dit zijn medewerkers uit verschillende zakelijke en specialistische gebieden en we zijn blij dat het team wordt gekenmerkt door een hoge mate van diversiteit,» legt Endrik Dallmann uit. Wat de tien leden van de werkplaats gemeen hebben:

«Er is een Engelstalig evenement gepland voor de toekomst.»

Ze spreken allemaal Duits. «Er is een Engelstalige invoering gepland voor de toekomst. Hierdoor wordt het programma ook toegankelijk voor onze Engelstalige collega's.»

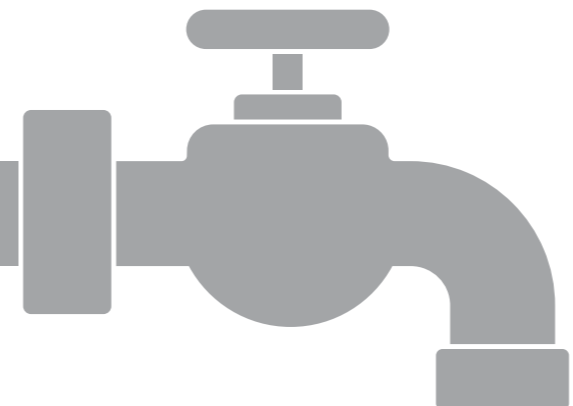
Opleiden en in het bedrijf houden

De beslissende factor voor langdurig succes in het oplossen van het tekort aan geschoolde arbeidskrachten zal liggen in het vermogen om nieuw opgeleide medewerkers in het bedrijf te houden. Naast het verlangen naar zingeving in hun eigen werk, willen toekomstige professionals hun eigen ideeën inbrengen en creatief zijn. De behoefte aan zekerheid staat ook hoog op de prioriteitenlijst. Een hele reeks uitdagingen die een duurzaam bedrijf liever vandaag dan morgen het hoofd moet bieden. De Bell Food Group is zich ervan bewust dat het succes van het bedrijf afhangt van de expertise en motivatie van haar werknemers. Het doel is daarbij om het best mogelijke opleidingsprogramma te creëren, waarvan de resultaten ook gezien zullen worden als een belangrijke bijdrage aan sociale verantwoordelijkheid. • ap

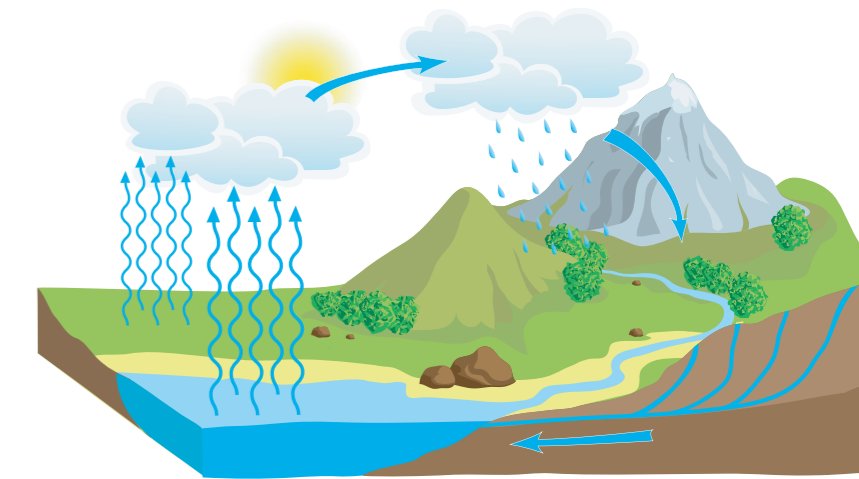
Duurzaam gebruik van water

ELKE DRUPPEL TELT

Zoet water is een waardevolle grondstof. Terwijl de vraag naar water voortdurend toeneemt, neemt ook de watervervuiling toe en vermindert de wereldwijde watervoorziening. LOOK! toont ons wat Bell Food Group doet om deze belangrijke grondstof te beschermen.



WATERCYCLUS



Slechts 2,5 procent van de wereldwijde waterreserves bestaat uit zoet water.



WATERRESERVES WERELDWIJD



Ongeveer twee derde van de aarde is bedekt met water. Het grootste deel bestaat uit zout water. Zoet water maakt daarentegen slechts 2,5 procent uit van de waterreserves in de wereld. En mensen kunnen hiervan maar 0,3 procent echt gebruiken, bijvoorbeeld als drinkwater of om akkers te irrigeren. De rest van het zoete water zit in het ijs van de gletsjers op de Noordpool en de Zuidpool of zit diep in de grond als grondwater.

Schaars goed

Zelfs als de totale hoeveelheid water in de wereld niet opgebruikt kan worden door de waterkringloop, is de hoeveelheid bruikbaar water zeer beperkt. Wanneer de vraag groter wordt dan de natuurlijke grondstoffen, wordt zoet water schaars. Een derde van de grootste grondwatersystemen ter wereld wordt al bedreigd en meer dan vier miljard mensen leven in landen met ernstige water tekorten of waterschaarste. Naast centrale Noord-Afrikaanse landen worden ook Mexico, China en Zuid-Europa bedreigd.

Onze ecosystemen zijn ook afhankelijk van voldoende zoet water.

Toegevoegde waarde voor mens en natuur

Onze ecosystemen zijn ook afhankelijk van voldoende zoet water. Rivieren en hun uiterwaarden, meren en veengebieden behoren tot de meest biodiversere ecosystemen. Tegelijkertijd slaan ze drinkwater op, filteren en zuiveren het. Maar zoet water levert ook een belangrijke bijdrage aan de regulering van het klimaat, bijvoorbeeld door methaan en koolstof te binden. Deze beide stoffen dragen bij aan de opwarming van de aarde.

Meer voedingsstoffen, minder zuurstof

Maar juist dit vermogen kan ook de ondergang van het drinkwater worden: als zoet water te veel voedingsstoffen opslaat, verliest het zuurstof. Dit leidt weer tot de vorming van meer algen en waterplanten. Dit proces wordt eutrofiëring genoemd en betekent op lange termijn de dood voor veel waterorganismen, omdat de waterkwaliteit afneemt.

Er zijn veel oorzaken, maar in de meeste gevallen is de mens mede verantwoordelijk: Onbehandeld afvalwater, voedingsstoffen zoals stikstof en fosfor, die voorkomen in meststoffen, of visvoer versnellen het proces.

In de biologische landbouw is het gebruik van meststoffen en pesticiden daarom strikt gereguleerd om het grondwater te beschermen.

En wat doet Bell Food Group?

Voedselproductie is afhankelijk van voldoende zoet water. Voor het besproeien van velden of het wassen van vlees, fruit, groenten en salades, maar ook voor het reinigen van machines, apparatuur en productiehallen. Als onderdeel van de voedselindustrie is Bell Food Group zich bewust van het belang van duurzame voedselproductie. Alleen door

WAT BELL FOOD GROUP DOET



Regenwater voor koeling

Het platte dak van het nieuwe diepvriescentrum in Oensingen wordt gebruikt om regenwater op te vangen. Regenwater wordt opgevangen over een oppervlakte van 200 m² en naar een regenwatertank geleid, van waaruit het wordt gebruikt voor de koelsystemen of om overtollige restwarmte van het ammoniakkoelsysteem af te geven aan de omgeving door verdamping via het dak.

Water besparen met druppelirrigatie

100 procent van de producten die Eisberg inkoop van leveranciers in Europa, komt van velden met een vorm van druppelirrigatie. Via deze precieze irrigatiemethode worden kleine, gecontroleerde hoeveelheden water rechtstreeks naar de wortels van de planten geleid. Vergeleken met traditionele irrigatiesystemen is deze methode niet alleen zuiniger, maar bevordert het ook een gezonde plantengroei.



Koelwater hergebruiken

In Pfaffstätt gebruikt Hubers water om verpakkingssystemen, waarvan sommige bij hoge temperaturen werken, te beschermen tegen oververhitting. Sinds 2023 wordt dit water niet meer naar het riool geleid, maar wordt het gebruikt om een voorwas uit te voeren op de containers voor levende dieren. Dit betekent dat er ca. 80.000 liter water per dag wordt bespaard.



Waterlekken ontdekken

Het slachthuis in Bazel gebruikt sinds 2023 een systeem voor lekdetectie. 's Nachts, wanneer er geen water wordt gebruikt, controleert een systeem trillingen om mogelijke lekken in een vroeg stadium te detecteren. Geen trillingen betekent geen waterlek, trillingen kunnen een mogelijk lek betekenen.

-25%

Afvalwater verminderen

Bij Ali-Big in Brivio gebruikt de reiniging van de natte productie (b.v. tomatensaus) zeer veel water. Met verschillende maatregelen, zoals verbruiksanalyses, waterloze reinigingsapparatuur en training van werknemers, werd het waterverbruik per hoeveelheid eindproduct met 25 procent verminderd. Hierdoor is ook de kwaliteit van het afvalwater verbeterd, zodat nu aan de gemeentelijke grenswaarden kan worden voldaan.

Afvalwater voorbehandelen

Afvalwater in productiebedrijven is in verschillende mate vervuurd, afhankelijk van het proces. Als het water erg vervuurd is, moet het worden voorbehandeld voordat het in het riool terecht komt. Vooral slachthuizen hebben een hoge afvalwaterbelasting en daarom worden er verschillende maatregelen genomen om het afvalwater voor te behandelen. Vaste stoffen die zich ophopen in het water worden bijvoorbeeld uitgezeefd en omgezet in energie in een biogasinstallatie.



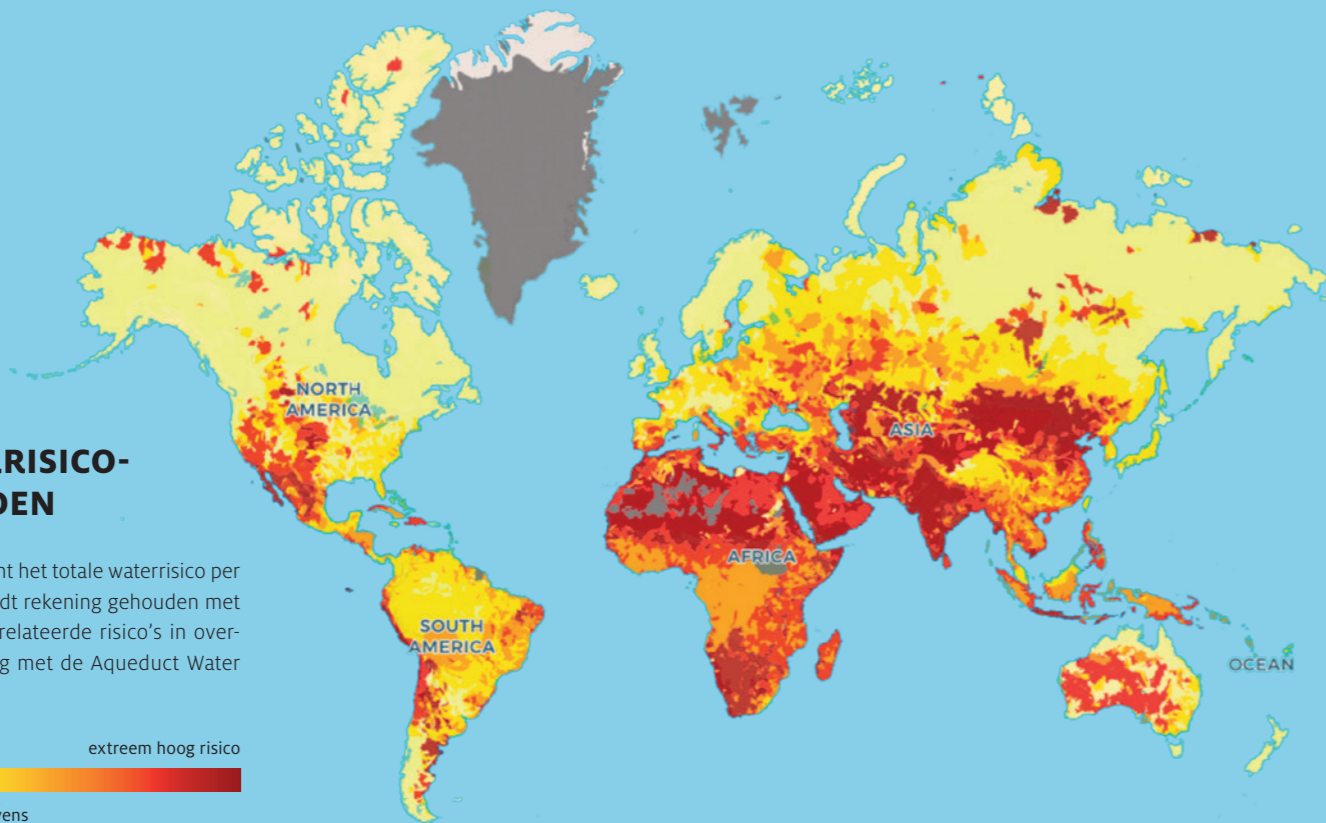
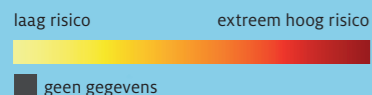
Blik op de toekomst: Water zuiveren met ultrafiltratie

Voor het reinigen van sla is veel zoet water nodig. Eisberg zoekt daarom naar oplossingen om dit water te behandelen, zodat het opnieuw gebruikt kan worden. Een van de mogelijkheden die momenteel wordt getest, is het zuiveren van het water met ultrafiltratie. De kleinste deeltjes worden er tijdens het proces uitgefilterd. De methode werkt echter niet voor opgeloste stoffen zoals aminozuren. Hier moet er dus nog een oplossing voor worden gevonden. Eisberg kan daarom op dit moment niet bepalen of de methode economisch rendabel is.



WATERRISICO- GEBIEDEN

De kaart toont het totale waterrisico per regio. Er wordt rekening gehouden met alle watergerelateerde risico's in overeenstemming met de Aqueduct Water Risk Atlas.



zorgvuldig om te gaan met beperkte grondstoffen zoals water kunnen de fundamenteën van de hele industrie op de lange termijn worden veiliggesteld. Bell Food Group zet zich daarom actief in voor duurzaam waterverbruik om de kwaliteit en kwantiteit van deze belangrijke grondstof op de lange termijn te behouden, zowel in de eigen activiteiten als in de toeleveringsketen.

Bell Food Group wil zijn zoetwaterverbruik met tien procent verminderen tegen 2026. In bedrijven die zich in gebieden met waterstress bevinden, zou het zelfs gehalveerd moeten worden.

Een belangrijke maatregel om dit doel te bereiken is het creëren van een uitgebreid monitoringsysteem: Het E3m-energiebeheersysteem wordt momenteel geïmplementeerd op alle vestigingen van Bell Food Group. Naast warmte en energie wordt ook het waterverbruik per vestiging gemeten. De Bell Food Group gebruikt de Aqueduct Water Risk Atlas om waterrisicogebieden te identificeren en maat-

regelen te ontwikkelen voor de betreffende vestigingen. Er zijn momenteel ook plannen om de watervoetafdruk van de belangrijkste producten te berekenen.

De meeste maatregelen worden echter niet genomen op het niveau van Bell Food Group, maar in de aparte afdelingen en vestigingen, zoals verschillende voorbeelden aantonen. • sh

Bell Food Group wil zijn zoetwaterverbruik met tien procent verminderen tegen 2026.

Meer informatie op Aqueduct Water Risk Atlas: www.wri.org/applications/aqueduct/water-risk-atlas



Mooi gepresenteerd smaakt het allemaal nog beter

Dat is wel duidelijk

Urenlang met veel liefde gekookt, maar het gerecht ziet er gewoon niet uit op uw bord. Klinkt dit u bekend in de oren? Lees dan hier de professionele tips van Culinary Advisor bij Besc Jeroen de Zwart. Ze zijn allemaal gemakkelijk toe te passen, en ze zorgen voor een geweldig effect.



De ontkiemende trend

Ze zijn klein, hebben een frisse kleur en zijn momenteel een van de culinaire trendsetters. We hebben het over eetbare kiemen, ook wel microgreens of cressen genoemd.

Als toppings in verschillende tinten groen, rood of geel en met verschillende bladvormen vormen ze de kers op de taart op prachtig gepresenteerde borden. Tegelijkertijd moeten ze ook de smaak van het gerecht accentueren.

Let hierbij op het volgende: Microgreens met een zurige smaak passen goed bij vlees en vis. Kiemen met een nootachtige smaak geven een smaakboost aan groentegerechten. En zelfs voor desserts kunt u de kiemen gebruiken. Kies dan liefst voor zoete variëteiten.

Eetbare kiemen worden gekweekt uit de zaden van verschillende groenten en andere planten zoals bonen, rode kool, zonnebloemen of boekweit. Kunt u ze niet in de supermarkt vinden? Dan kunt u ze ook zelf kweken. De zaden ontkiemen in een paar dagen, bijvoorbeeld op uw vensterbank. Erwtten, koolsoorten en radijs zijn ideaal voor beginners.



Als gediplomeerde kok en Culinary Advisor bij Besc is Jeroen de Zwart gespecialiseerd in de nieuwste culinaire trends.

Draaien maar!

Ooit al eens geworsteld met spaghetti of linguine die zich van uw kookpot naar uw bord van zijn koppigste kant liet zien? Met twee hulpjes, die in iedere keuken te vinden zijn, kunnen deze koppigaards tot de orde worden geroepen: een lepel en een vork.

Neem eerst de gewenste portie uit uw pot met de vork en draai het langzaam op de lepel. Breng de rol dan voorzichtig naar het bord. Deze methode is zowel geschikt voor een opgerolde toren als een horizontale spiraal.

De pastarollen serveert u het beste met groot bestek, zoals een vleesvork en een serveerlepel. Toegegeven: het kan wat oefening vergen voordat u het onder de knie krijgt. Maar wie vindt het erg om een paar keer per week spaghetti te koken en te eten om uw kookskills aan te scherpen?



Voor pastarollen raden we groot bestek aan.





De juiste ondergrond

Plat of diep, wit of gekleurd, vierkant of rond, allemaal uit één serie of een bonte mix? Persoonlijke smaak bepaalt het servies dat op tafel verschijnt.

De kleurentrends voor servies zijn pastel- en aardetinten.

Maar net als in de mode geldt hier hetzelfde: niet elk bord past bij elke maaltijd. Dus als u uw menu op een mooie manier wilt serveren, moet u het servies ook met zorg kiezen. Verschillende «ondergronden» kunnen totaal verschillende resultaten geven bij één en hetzelfde gerecht.

Neem nu bijvoorbeeld soep: een donkergekleurde kom van aardewerk is bijvoorbeeld ideaal om een traditionele sfeer te creëren. Wilt u een meer elegante uitstraling? Kies dan voor een wit soepbord uit dun porselein.

Wit is sowieso dé klassieke kleur voor serviesgoed. U kunt er eigenlijk niets fout mee doen. De huidige kleurentrends zijn tevens pastel- en aardetinten. Vleesgerechten zijn momenteel ook populair op een houten of marmeren blok, voor een authentieke en «stoere» look.

Ovale of rechthoekige borden versterken ook de trend naar een langwerpige schikking van gerechten. Diepere kommen maken bijvoorbeeld salades en pastagerechten opvallender.

Bij het kiezen van een servies is het ook belangrijk om het af te stemmen op de portiegrootte. Een vuistregel is dat borden of kommen nooit voor twee derde gevuld mogen zijn.

Goed om te weten als u nieuw servies koopt: wees voorzichtig met blauwtinten, want die zorgen ervoor dat veel voedingsmiddelen er minder aantrekkelijk uitzien.

De finishing touch

Vlak voor het opdienen komt alles samen wat bij elkaar hoort. Ook hier kunt u heel veel leren van professionele koks. Wilt u bijvoorbeeld dat uw biefstuk er het liefst licht en delicaat uitziet? Snijd hem dan in dunne reepjes. Wilt u hem er daarentegen iets «stoerder» laten uitzien? Laat de biefstuk dan heel en serveer hem met een «mes in de rug».

Als uw vlees een knapperige korst heeft, is het beter om de saus erlangs of eronder te serveren. Enerzijds ziet dit er beter uit en anderzijds blijft de knapperige textuur behouden. Sauzen zoals chimichurri kunt u ook over het gebakken vlees gieten.

Ongewenste spatten van saus kunnen worden voorkomen door een klein bordje onder de lepel te houden totdat de lepel zich op de juiste plaats boven het bord bevindt. Soepen stromen probleemloos uit een kom met een schenktuit.

Er is een beetje moed nodig om bewust te morsen.

Maar er is ook een trend om opzettelijk vloeibare bestanddelen te morsen, voor een nonchalante look. Hiervoor is een beetje moed nodig, bijvoorbeeld wanneer de saus van op grote hoogte op uw bord spat. Toch is het resultaat veel beter dan wanneer u te voorzichtig bent. • *mr*



Alles van fruitig tot knapperig

De lente wordt zo kleurrijk

Een paar knapperige snacks bij een picknick, een vullende saladekom voor de lunch, hartige ham voor een aperitief met vrienden en trofie met pesto als diner in een Italiaans restaurant – hoe leuk zou het zijn als iedereen de nieuwe producten uit alle landen van Bell Food Group kon proberen. In LOOK! kun je alvast een kijkje nemen. • *mr*



Met de nieuwe pesto's van Bresc kunnen gerechten «smaakvol» worden geserveerd.

Bresc

6 keer de authentieke Italiaanse smaak

Bresc inspireert haar foodserviceklanten sinds begin maart met de nieuwe producten «Caponata», «Gremolata», «Aglio e Peperoncino», «Pesto all'Arrabiata», «Pesto alla Genovese» en «Vegan Pesto». Met de nieuwe verse sauzen en pesto's maakt het merk Hügli koks een culinaire reis van Ligurië tot Sicilië en helpt het koks tijd te besparen.



Bell Schweiz

Specialiteiten uit Graubünden in moderne verpakkingen

Bell Schweiz presenteert nu vier hoogwaardige klassiekers uit Graubünden in een vouwverpakking: «Trockenfleisch», «Bündnerfleisch», «Hobelfleisch» en «Bündner Rohschinken». Naast drie internationale gezouten hammen zijn de specialiteiten uit Graubünden nu ook verkrijgbaar in praktische, hersluitbare verpakkingen.



Abraham

Een sneetje ham

Met twee nieuwe internationale hamspecialiteiten breidt Bell Deutschland haar assortiment dungseden hammen van het merk Abraham. De «Jambon de Savoie» van Bell Frankrijk en de Italiaanse «Prosciutto Crudo» worden traditioneel gerijpt op het been en enkele maanden aan de lucht gedroogd.



Bell Frankrijk

Frankrijk ontmoet Italië

Sinds april voegt Bell Frankrijk variatie toe aan aperitieven en picknicks met haar nieuwe specialiteiten «Jambon enrobé». Met de smaak van pesto of tomaat en basilicum hebben beide nieuwe hammen een heerlijke hartige smaak.



hubers: snack it – love it

Snacks om verliefd op te worden

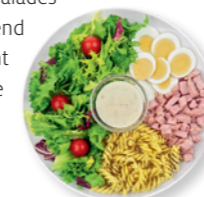
Onder het nieuwe eigen merk hubers: snack it – love it heeft Eisberg Oostenrijk twee nieuwe producten in zijn assortiment: de «Chicken Nuggets Pizza Style» en de «Tortilla Nuggets». Beide fingerfoodinnovaties in de aantrekkelijke driehoekige vorm hebben een knapperig korstje en kunnen met of zonder dip worden gegeten.



Eisberg Hongarije

Vullende salades

Eisberg Hongarije trapt de lente af met drie kleurrijke saladevarianten: «Tonijn & bulgur», «Ham & ei» en «Kip & pesto». Alle drie de varianten combineren bladerrijke salades met een bron van proteïnen en een vullend bijgerecht. Het kant-en-klare trio vormt daarom de ideale basis voor evenwichtige maaltijden.



Eisberg Oostenrijk

Afwisseling voor de lunchpauze

Voor het huismerk van een grote Oostenrijkse winkelketen levert Eisberg sinds februari de twee nieuwe slasoorten «Rainbow Bowl», een kleurrijke mix met zoete aardappelen, rode bieten en koolsla, en de «Quinoa Nuss Bowl», die quinoa combineert met groenten en noten. Tegelijkertijd werd ook de «Hummus-Hamshuka Wrap» aan de koelvitrine toegevoegd – een flatbread met rundvlees en de populaire kikkererwtenspread.



Eisberg Zwitserland

Bergen vitamines

Dit jaar trakteert het team van Eisberg Zwitserland zijn klanten op vitamines met zes verschillende fruitcups. Van «Sinaasappel & druif» tot «Meloen & aardbei», er is een passende mix voor alle fruitfans. En als u meer fan bent van salades, probeer dan een van de twee nieuwe bowls, met naast de knapperige bladsalades ook een kleine portie aardappelsalade.



Hilcona

Fijngemalen, alsof ze met de hand zijn gemaakt

De nieuwe «Ravioli Bolognese» maakt sinds april deel uit van het Hilcona Originale-assortiment in de detailhandel. Het bijzondere: extradun pastadeeg met een sappige bolognesevulling met rundvlees van hoge kwaliteit. Daarnaast brengt het nieuwe Hilcona Originals-seizoensconcept nog meer variatie op het bord. De «Mezzelune zalm» met een romige vulling van ASC gerookte zalm met ricotta en mascarpone zal verkrijgbaar zijn van april tot augustus.



Hilcona

Innovaties voor de hoogste cateringeisen

Sinds dit voorjaar biedt Hilcona zijn foodserviceklanten in Zwitserland een aantal salade-innovaties. Een van de hoogtepunten is de «Aziatische tofusalade met wortels en edamame». De tofu komt van de eigen «Tofuerij» in Landquart. De Liechtensteiners zorgen ook voor meer biokwaliteit op het bord met de nieuwe «Bio-lasagne» van het Hilcona-label Bio Cuisine. Ze is gemaakt van verse ingrediënten van de beste biokwaliteit en kan in een handomdraai worden bereid.



The Green Mountain

Vegan alternatief voor schnitzel

De nieuwe «Hot N Cold Schnitzel» van de Hilcona-startup The Green Mountain biedt foodserviceklanten een puur plantaardig alternatief voor de traditionele versie met echt vlees. De hartige, knapperige schnitzel wordt diepgevroren aangeleverd. Ze kan direct na het ontdooien op verschillende manieren worden bereid en geserveerd, zowel warm als koud.



Hügli

Voor echte tijdbesparingen

Sinds eind maart maken de nieuwe geconcentreerde fonds van Hügli het dagelijkse keukenswerk in de horeca wat lichter. «Runderbouillon», «gevogeltebouillon», «visbouillon» en «groentebouillon» zijn zorgvuldig gekookt met de beste ingrediënten. Met hun geconcentreerde smaak kunnen ze in een handomdraai verschillende gerechten verfijnen.



Bell voor de kleinsten

Sinds kort trekken «helpers op vier poten» de aandacht van onze jongste doelgroep voor het merk Bell in Polen. Onze collega's hebben twee nieuwe producten ontwikkeld speciaal voor de samenwerking met de populaire tekenfilmserie «Paw Patrol».

«Paw Patrol» is een van 's werelds bekendste animatieseries voor kinderen. De avonturen van de dierenhelden zijn ook erg populair in Polen. Een goede reden voor het lokale Bell-team om samen te werken met de productie en twee gelicentieerde producten in Polen te lanceren.

Omdat de nieuwe producten gericht zijn op kinderen, hebben onze collega's tijdens de productontwikkeling extra aandacht besteed aan de samenstelling van de ingrediënten. Vergeleken met het klassieke recept bevat de «Salami» 40 procent minder vet en de «Hamworst» 90 procent minder vlees, terwijl er geen additieven zoals kleurstoffen of fosfaten worden gebruikt. Ouders van «Paw Patrol»-fans kunnen de nieuwe producten dus met een gerust hart in hun winkelwagentje leggen.



Dienstjubilea en pensioenen van april tot juni 2024

«Ik werk al sinds dag één samen met mijn zus»



Yvonne Bautista

40 jaar dienst

Functie: Bedrijfsmedewerker

Bedrijf: Bell Schweiz

Vestiging: Zell



Hoe kwam u erbij om 40 jaar geleden te solliciteren naar een baan bij Bell in Zwitserland? Via mijn zus, Beatrix Imer. Bell in Zell heette toen nog «SEG-Poulets AG».

Wat is het meest veranderd in 40 jaar? De digitalisering! Van het papieren formulier naar de computer. In die tijd werkten er maar drie mensen op kantoor. (NVDR: in de administratie). Vandaag weet ik niet eens meer hoeveel het er zijn!

Is er iets in uw dagelijkse werk dat door de jaren heen hetzelfde is gebleven? Ja, ik werk al sinds dag één samen met mijn zus (lacht). Dat wil ik iemand me zien nadoen!

Welke ervaring uit uw carrière bij het bedrijf zal u altijd bijblijven? Ik denk dat de angst in de jaren negentig vanwege de vogelgriep. We hielpen soms met schoonmaken en maakten toiletten of gar-

derobes schoon, omdat de vraag naar kippenvlees erg laag was. En toen kwam natuurlijk het jaar 2020 met corona. Ik zal ook met liefde terugdenken aan positieve momenten, zoals dit jubileum.

Wat vindt u het leukste aan uw huidige job? Het is geen lopende bandwerk, elke dag is anders. Ik ben echt dankbaar. Ik doe mijn werk al zo lang dat het een deel van me is.

Yvonne Bautista (links) en Beatrix Imer (rechts), ook al 40 jaar* bij Bell. De twee zussen werken al 40 jaar samen op de orderverzamelafdeling in Zell.

* Beatrix Imer vierde haar 40-jarig jubileum bij Bell in Zell in februari 2024 (LOOK! nummer 4/2023).

Wat vond u het best?



Er valt wat te winnen met uw feedback!

LOOK! moet een leesplezier zijn voor u! Daarom rekenen wij op uw feedback. Zo kunnen we LOOK! voortdurend verbeteren en ervoor zorgen dat elke uitgave naar meer smaakt! Daarom willen wij graag weten: Wat vond u in deze LOOK!-uitgave het beste? Was het een specifiek artikel? Heeft een foto uw aandacht getrokken? Of is het een citaat dat u is bijgebleven? **Laat het ons weten en vul de enquête achter de QR-code in.**

Als dank voor uw feedback verloten wij onder alle reacties 10 winkelbonnen met een waarde van 70 euro elk,-.

Bezorg ons uw feedback (QR-Code) tot 28 juni 2024, om aan de verloting deel te nemen.

De winnaars zullen rechtstreeks gecontacteerd worden. Over de verloting wordt niet gecommuniceerd en wordt er geen informatie via de telefoon gegeven. Meervoudige deelnames worden niet in aanmerking genomen.