

LOOK!

Magazyn firmowy

01 2024



**Najlepsze miejsca do
rozpoczęcia kariery dla
profesjonalistów jutra**

BELL
FOOD
GROUP





Spis treści

Z codzienności przedsiębiorstwa

4 «Naprawdę każdy dzień sprawiał mi radość»
Wywiad z CEO Lorenzem Wysssem

Praca w Bell Food Group

8 Menu szkoleniowe dla działu dystrybucji i sprzedaży
Sales Academy: pierwszy kompleksowy program szkoleniowy

11 Ankieta satysfakcji pracowników 2024
21 maja do 18 czerwca

Artykuł z okładki

12 Najlepsze miejsca do rozpoczęcia kariery dla profesjonalistów jutra
Kształcenie zawodowe jako inwestycja w przyszłość

Ekologia i innowacja

18 Liczy się każda kropla
Zrównoważone zużycie wody

Nasz świat smaków

22 To robi wrażenie
Pięknie podane, a smakuje równie dobrze

26 Tak kolorowa będzie wiosna
Do wyboru do koloru – od słodkiego do chrupkiego

Osobisty

29 «Od pierwszego dnia pracuję u boku mojej siostry»
Jubileusze i przejścia na emeryturę od kwietnia do czerwca 2024

Informacje zwrotne i loteria

32 Co podobało się Wam najbardziej?
Dzięki Waszym opiniom możecie coś wygrać!



LOOK! można też zaprenumerować, przeczytać lub pobrać online na stronie look.bellfoodgroup.com.

Stopka redakcyjna Magazyn dla pracowników Bell Food Group, 4 wydania w roku, nr 1/2024, kwiecień 2024, 30. rocznik.
Wydawca: Bell Food Group AG, Elsässerstrasse 174, 4056 Basel [Bazylea], Szwajcaria. Adres: Bell Schweiz AG, Redakcja LOOK!, Skr. pocztowa 2356, 4002 Basel [Bazylea], Szwajcaria Tel. +41 58 326 2447, look@bellfoodgroup.com, www.bellfoodgroup.com.
Redakcja: Sara Heiniger (sh), kierownictwo. Wsparcie redakcyjne: Michaela Rosenbaum (mr), Adrian Portmann (ap).
Zdjęcia: Stefan Schmidlin Fotografia, Bazylea (CH), s. 4–7; atelierkorak ag, Riehen (CH), s. 22–25; Projekt: oblögrafik, Olten, Szwajcaria.
Obróbka zdjęć: Proacteam AG, Allschwil, Szwajcaria. Wydruk: SWS Medien AG PriMedia, Sursee, Szwajcaria. Wydrukowano na papierze posiadającym certyfikat FSC. Zmiany adresu: Należy zwrócić się do odpowiedniej jednostki HR lub działu kadr.

Zdjęcie na okładce przedstawia Moritza Höfta (na drugim planie po lewej) i Ihsana Mamuti (na pierwszym planie), dwóch studentów DHBW na kierunku Administracja biznesowa i Zarządzanie aplikacjami w informatyce ekonomicznej w Bell Food Group w Bazylei. Zdjęcie zostało zrobione na ewencji dla praktykantów w 2023 roku pierwszego wieczoru podczas koncertu zespołu No Caps.

Dar możliwości wykazania się

Drogie Koleżanki, drodzy Koledzy,

prawie 50 lat temu rozpocząłem moją karierę zawodową od nauki na stanowisko rzeźnika, w rzeźni w Arlesheim (CH), gdzie dorastałem. Na takie wykształcenie zdecydowałem się przede wszystkim ze względu na ludzi w zakładzie, a w mniejszym stopniu dlatego, że skupiałem się na samym zawodzie. Zarządzanie było dobre, bardzo osobiste i autentyczne, szczerze i prawdziwe. W takim rodzinnym środowisku czułem się bardzo dobrze. Do tego doszła kwestia tego, że mój szef mnie wspierał i obdarzył mnie również zaufaniem: na drugim roku mojej edukacji został zwolniony kierownik wydziału produktów kiełbasianych, a ja mogłem przejąć kierownictwo po tym, jak mój szef powiedział: «Możesz to zrobić!» To mnie ukształtowało. To, że wtedy mogłem być sobą, nie musiałem się przedstawiać i mogłem pokazać, co we mnie drzemie, było prawdziwym darem! Ten dar, drogie Koleżanki, drodzy Koledzy, musimy wręczyć na drogę również naszym praktykantom.



Jako spółka przetwarzająca artykuły spożywcze jesteśmy zależni od dobrze wykształconych pracowników, którzy znają naszą branżę i nasz biznes – czy to w obszarze techniki, produkcji, logistyki, IT, czy w administracji. Dlatego właśnie Bell Food Group wyznaczyła

sobie cel zakładający podwojenie liczby praktykantów do 2026 roku. W tym celu musimy wyróżniać się nie tylko naszymi produktami, ale także być w czołówce w obszarze kształcenia i oferować naszym uczniom jedyne w swoim rodzaju kształcenie zawodowe.

Oczywiście ważne są przy tym warunki ramowe, nad którymi obecnie pracujemy, o czym możecie przeczytać w naszej historii tytułowej. Jednakże chodzi także o to, jak podchodzimy do młodych ludzi. Naszym zadaniem jest przysłuchiwanie się, wychodzenie im naprzeciw i wspieranie ich.

Zawsze się denerwuję, kiedy słyszę, kiedy ktoś utyskuje na «młodych». Wszyscy kiedyś byliśmy młodzi. Dzisiejsi młodzi ludzie są inni, niż ci dziesięć lat temu – a ci, którzy przyjdą za pięć lat również będą inni. To także jest czymś dobrym i w porządku. Ponieważ taka różnorodność stanowi wzbogacenie dla naszego przedsiębiorstwa. Wszak to prawdziwa przyjemność móc przekazać młodym ludziom pasję do zawodu i rzemiosła, motywować ich i móc obserwować, jak się rozwijają i jak kształtują nasze przedsiębiorstwo swoimi pomysłami i swoim zaangażowaniem. Przede wszystkim, kiedy po zakończeniu edukacji decydują się na pozostanie w przedsiębiorstwie. Nie dlatego, że jest to najprostszwy wybór, ale raczej dlatego, że ten zawód sprawia im przyjemność i dobrze się w nim czują. Kiedy uda nam się to osiągnąć, wówczas każdy praktykant będzie inwestycją w naszą przyszłość.

Jako Bell Food Group mamy w tym zakresie niezwykle wymagania: dzięki różnorodności w naszej grupie oraz powiązaniu z naszą spółką macierzystą Coop możemy zaoferować naszym młodym pracownikom perspektywę, o których ja po zakończeniu swojej edukacji mogłem tylko pomarzyć. Gdybym po mojej praktyce miał szansę zdobywania doświadczenia w Hiszpanii, północnych Niemczech lub we Francji, natychmiast wyruszyłbym w drogę!

Lorenz Wyss
Przewodniczący Zarządu Grupy

Naszym zadaniem jest wychodzenie im naprzeciw i wspieranie ich.

Wywiad z CEO Lorenzem Wysem

«Naprawdę każdy dzień sprawiał mi radość»

W czerwcu po 13 latach Lorenz Wyss ustąpił ze stanowiska CEO i przekazał pałeczkę swojemu następcy. W wywiadzie z LOOK! opowiada o tym, jak Bell Food Group zmieniła się od 2011 roku, czego oczekuje od przyszłości i dlaczego z pewnością nie będzie spędzał czasu, po prostu patrząc, jak się starzeje. • sh

Z czego jest Pan szczególnie dumny od objęcia funkcji CEO w 2011 roku?

Dumny? Z tego, że tak długo mogłem przy tym być i nie wysłano mnie w diabły. (śmiej) Okej, żarty na bok. Jestem dumny z rozwoju,

Kiedy tutaj zacząłem, wciąż można było palić w biurach.

jaki nasza grupa odnotowała w tym czasie. Rozrośliśmy się. A już w szczególności w obszarze convenience, gdzie dzisiaj zajmujemy pozycję lidera bez zaniedbywania naszej podstawowej działalności obejmującej produkty mięsne i wędliniarskie, a wręcz przeciwnie. Poprawiliśmy rentowność, pozyskaliśmy udziały w rynku, a także udoskonaliliśmy biznes i skupiliśmy się – a sukces potwierdził, że mieliśmy rację. Nasze strategie działają. To doskonała baza, na której może budować mój następca Marco Tschanz.

Jakie było dla Pana najważniejsze wydarzenie w ciągu 13 ostatnich lat?

Najważniejsze dla mnie jest to, że rano mogę wstać w pełni zdrowia. Wówczas każdego dnia mam szansę coś zmienić i coś polepszyć.

(rozmyśla) Szczęśliwie tak się chyba składa, że 13 od zawsze było moją szczęśliwą liczbą. W tym znaczeniu najważniejsze dla mnie byłoby to, że mogłem spędzić te 13 lat w Bell Food Group. W branży, z którą czuję się bardzo związany, i z ludźmi, którzy leżą mi na sercu i z którymi chętnie współpracuję każdego dnia. Ani przez jeden dzień nie żałowałem mojej decyzji z 2011 r. o przyjęciu tej pozycji w Bell Food Group.

Co zmieniło się od tamtego czasu?

Sądzę, że kultura. Kiedy tutaj zaczynałem, wciąż można było palić w biurach i pić wino podczas obiadu. Zmieniliśmy to. Uważam, że stworzyliśmy kulturę, z którą lepiej się identyfikuję. Jest uczciwsza, bardziej konsekwentna i autentyczna, a także bardziej ukierunkowana na ludzi. Jednak istotne kwestie pozostały właściwie niezmienione: świetna firma i świetni pracownicy.

A jak Pan się zmienił?

Dużo się przy tym nauczyłem. Po rozpoczęciu kariery w małym zakładzie podczas czasu



spędzonego w Coop najpierw naprawdę dobrze poznałem branżę detaliczną. Następnie razem z Bell Food Group weszliśmy w produkcję przemysłową. Dzisiaj posiadam dużą wiedzę o całym procesie. Z pewnością chciałbym się nią dzielić w przyszłości. W każdym razie taki jest plan.

Kluczowe słowo: co będzie Pan robił dalej w przyszłości?

Obecnie urządzam mój garaż na motory. Odkąd skończyłem 18 lat, z grupą moich przyjaciół jeździmy motorami i już od dawna szukamy miejsca, w którym moglibyśmy się spotykać. Ja mieszkam w Bazylei. Ale w Arlesheim

(przedmieścia Bazylei; przypis redakcji), gdzie dorastałem, dzięki temu garażowi znaleźliśmy teraz świetne miejsce spotkań dla naszej czwórki. Właściwie brakuje jeszcze tylko lodówki. Piwo już kupiłem! (śmiej) Jeszcze tylko duży grill, a potem jestem już właściwie gotowy do startu. Nie mogę przecież zawsze siedzieć w domu! Poza tym czeka na mnie jeszcze kilka rzeczy. Na przykład hobby i sport. Potem chętnie będę się dzielił moją wiedzą i moim doświadczeniem w branży, jeśli będzie na to zapotrzebowanie. Być może w ramach fundacji, dzięki której mógłbym również dać coś od siebie.

Obecnie urządzam mój garaż na motory.



**Z Marco nasi
pracownicy są
w dobrych rękach.**

Z czego cieszy się Pan najbardziej?

Z tego, że rano wstaję w pełni zdrowia. Zawsze powtarzam: kiedy jesteś zdrowy, możesz zrobić właściwie wszystko. Czego z pewnością nie będę robić: jeść rogalika o godzinie 9 rano, czytać gazety i patrzeć, jak się starzeję. Po prostu nie jestem do tego stworzony!

Co będzie Pan robił zamiast tego?

Z pewnością będę podróżować. Na przykład pojedę motorem do Stanów Zjednoczonych. Być może 6 czerwca udam się do Normandii z okazji D-Day – dnia lądowania aliantów. Od zawsze interesowała mnie historia, a posiadanie czasu na jej doświadczanie jest darem. Mam całkiem sporo pomysłów i marzeń. Żyję tym, że mogę je realizować. To, czy wszystkie uda się zrealizować, to już inna kwestia. (śmiej)

Ale z pewnością będę miał również czas dla mojego otoczenia. Mam wspaniałą rodzinę, wspaniałych przyjaciół. Będę ich odwiedzać. Na przykład we wrześniu jestem zaproszony na ślub w Bolonii. Teraz mam na to czas. W spokoju pojechać do Włoch i zrobić postoje w międzyczasie. Cieszę się na tę myśl. Moja partnerka raz zapytała: «Czy kiedy będziesz na emeryturze, to cały dzień będziesz siedzieć w domu?» «Na pewno nie!», odpowiedziałem, a ona dodała: «No to dobrze!» (śmiej)

Muszę jednak szczerze powiedzieć: te 13 lat to był superpiękny czas. Przeminięły za szybko, ale każdy dzień sprawiał mi radość, naprawdę każdy dzień. I nie chciałbym stracić żadnej godziny.

Za czym będzie Pan tęsknił?

Za Wami. Wami jako ludźmi. Kiedy każdego dnia jest się wśród ludzi, których się lubi i z którymi po prostu dobrze się czuje, tego będzie właśnie brakowało.

Od 2011 do 2024

Odkąd w 2011 r. Lorenz Wyss został CEO Bell Food Group, grupa przedsiębiorstw ciągle się rozwija. Obroty wzrosły z 2,5 miliarda CHF do ponad 5 miliardów CHF. Liczba pracowników zwiększyła się ponad dwukrotnie.

**Internacjonalizacja i rozbudowa
podstawowej działalności**

Przejęcie Hubers i inwestycje w rozszerzenie zakładu (Zell, Niepołomice) albo budowa nowych zakładów (Fuensalida)

Rozbudowa filaru convenience

Przejęcie Hilcona, Gastrostar/Eisberg/Sylvain & CO oraz Hügli, a także budowa nowych zakładów w Marchtrenk oraz wejście na rynek convenience w Austrii

Inwestycje w wydajność

Modernizacja i rozbudowa w Oensingen, a także plan rozwoju zakładów w Schaan i Steinach

**Co chciałby przekazać Pan na do widzenia
tym ludziom, pracownikom Bell Food Group?**

Tak po prostu: lubię Was. Nie zmieniajcie się.

Co przekazuje Pan swojemu następcy?

Nie chcę przekazywać żadnych wielkich mądrości. Cieszę się, że przychodzi ktoś, komu po prostu mogę wręczyć klucz i mieć zaufanie co do tego, że wszystko będzie dobrze. Za to jestem wdzięczny. Marco dobrze sobie z tym poradzi. Z nim pracownicy Bell Food Group są w dobrych rękach.

**A na sam koniec: z jakim jedzeniem wkroczy
Pan w swój kolejny rozdział?**

Z kiełbaską cielęcą od St. Galler, to dość oczywiste. Piwo już kupiłem, a na lodówkę w garażu jeszcze czekam! (śmiej) W tej lodówce zawsze będzie kiełbaska cielęcą od St. Galler, tak samo jak piwo i woda mineralna – bez tego się nie obejdzie! I nic więcej właściwie już nie trzeba. • sh

Sales Academy: pierwszy kompleksowy program szkoleniowy

Menu szkoleniowe dla działu dystrybucji i sprzedaży

W maju rusza pierwszy program szkoleniowy realizowany na poziomie całej Bell Food Group. Jest on skierowany do pracowników z działów sprzedaży i dystrybucji i będzie im towarzyszył podczas kariery przez kilka lat. Nowa Sales Academy została opracowana w ścisłej współpracy pomiędzy Centrum Kompetencji ds. Sprzedaży a obszarem rozwoju pracowników.



«Na etapie przygotowania szczególnie interesujące było przeprowadzenie analizy potrzeb, a także identyfikacja różnych grup zapotrzebowania z poszczególnych spółek zajmujących się dystrybucją, jak również różnych oczekiwań i wymagań. Sądzę, że udało nam się to bardzo dobrze. Ogólnie rzecz ujmując, program szkoleniowy jest nie tylko wartościowym instrumentem do dalszego rozwoju naszych obecnych pracowników, ale także atrakcyjną ofertą dla potencjalnych kandydatów.»

Roland Ferraro, Kierownik sprzedaży/
zarządzania produktami w Bell Szwajcaria

Pierwsza grupa szkoleniowa w ramach nowej Sales Academy spotka się w maju w Zurychu podczas «przystawki» przewidzianej w «MyLearning Menu». Nowy program szkoleniowy otrzymał tę nazwę stosownie do wartości «Lubimy przyjemność» wyznawanej przez Bell Food Group.

Tym samym przed tą pierwszą sesją stacjonarną odbył się już wirtualny «aperitif». Po nim miały miejsce «danie główne», «intermezzo» oraz «deser». To menu szkoleniowe

zostało wcześniej dokładnie przygotowane tak samo, jak kolejność serwowania potraw w restauracji.

«Centrum Kompetencji ds. Sprzedaży skontaktowało się z obszarem HR z życzeniem opracowania konkretnego i nadrzędnego programu szkoleniowego dla działów sprzedaży i dystrybucji», mówi Selina Weber, specjalistka HR ds. rozwoju pracowników w Bell Food Group.

Zgodnie z tą myślą CK ds. sprzedaży, poza ugruntowanym dalszym rozwojem swoich pracowników, realizuje także kolejne ważne cele. Z jednej strony te stacjonarne sesje obejmujące całą grupę mają wspierać tworzenie sieci oraz wykorzystanie efektów synergii. Z drugiej strony taki program jest również atrakcyjnym powodem

Przed pierwszą stacjonarną sesją odbył się wirtualny «aperitif».

Aperitif

Dla wszystkich menu rozpoczyna się od wirtualnego samouczka na temat organizacji pracy.



Przystawka

Na drugim miejscu w menu znajdują się komunikacja i zachowanie.



Danie główne

Podczas dania głównego serwowane są podstawy dystrybucji i sprzedaży.



Intermezzo

W dalszej części menu kształcenia znajduje się specyfika poszczególnych dziedzin zawodowych.



Trzy menu kształcenia w ramach Sales Academy zostały dopasowane do specjalnych potrzeb dziedzin zawodowych.



Deser

Podczas deseru podejmowana jest decyzja o ewentualnej kontynuacji kariery specjalistycznej lub kierowniczej.

MyLearning Menu



«Początkowo na pierwszym planie było dla mnie opracowanie wspólnego szkolenia dotyczącego dystrybucji – to, co otrzymaliśmy, jest kompletnym programem kształcenia dla trzech różnych grup docelowych. To naprawdę super, serdeczne podziękowania z tego miejsca! Celem jest wspieranie młodych pracowników w ich rozwoju, a jednocześnie danie również «starym wygom» możliwości utrzymania formy i pracy nad sobą poprzez ukierunkowane odświeżenie wiedzy. Edukacja ma kluczowe znaczenie, jeśli chodzi o dalszy rozwój nas jako organizacji, pomyślną realizację naszych strategii oraz odnoszenie zwycięstw na rynku.»

Simone Brosy, Kierownik ds. sprzedaży detalicznej żywności, Hilcona

dla kandydatów, by zdecydować się na Bell Food Group.

W pierwszym kroku zespół ds. rozwoju stanął przed zadaniem polegającym na połączeniu różnych potrzeb z różnych działów i krajów niemieckiego obszaru językowego, aby na tej podstawie budować program pasujący dla wszystkich. W tym celu zespół wypracował najpierw cechy wspólne dla sprzedaży wewnętrznej, obszaru zarządzania

«Otrzymaliśmy kompletny program dla trzech grup docelowych.»

kluczowymi klientami i przedstawicielami, a także zdefiniował kryteria, które są potrzebne do tego, by pracownicy mogli skutecznie poradzić sobie ze swoją sytuacją w pracy w tych obszarach.

«Na podstawie tych wyników mogliśmy opracować treści, a także przygotować kurs dla tych grup», wyjaśnia Selina Weber. «Dość ważne jest przy tym to, że dzięki temu programowi towarzyszymy osobom w ich rozwoju w długim terminie – w najlepszym przypadku oznacza to horyzont kilku lat w ich karierze.»

Stosownie do tego program, który jest skierowany do całego zespołu sprzedaży i dystrybucji, rozpoczyna się od organizacji pracy. Potem omawiane są tematy dotyczące podejścia do klientów, jak również podstawy sprzedaży i dystrybucji. Na kolejnym miejscu w planie nauczania znajduje się specyfika poszczególnych grup. O tym, czy należy pójść w kierunku kariery specjalistycznej czy kierowniczej, decyduje się potem podczas «deseru».

«Dzięki podstawowym szkoleniom dla stanowisk specjalistycznych lub kierowniczych opracowujemy standardowy program szkoleniowy, a takie osoby otrzymują dalsze wsparcie odpowiednie do ich potrzeb», mówi Selina Weber.



«Dzięki nowej koncepcji szkoleniowej realizujemy cel zakładający lepsze radzenie sobie z codziennymi wyzwaniami w dystrybucji, rozwijanie naszych kompetencji oraz naukę nowych podejść. A ponieważ wiele podstawowych tematów w naszej działalności i w naszych krajach jest podobnych, optaca się łączyć siły. Wiele pomysłów na to było już dostępnych i konieczne było połączenie różnych elementów. Wspólne szkolenia pomogą nam teraz żyć zgodnie z filozofią grupy, uczyć się na doświadczeniach kolegów, a także budować kontakty pomiędzy jednostkami.»

Marc Tissot, CCO ds. B2B Grupy Hügli



«W przedsiębiorstwie ludzie i ich efektywna współpraca ponad podziałami są jednym z czynników sukcesu. Dzięki możliwości wymiany doświadczeń z kolegami pracownicy bardziej identyfikują się z naszą firmą, co może być bardzo motywujące dla uczestników. Poza tym na poziomie całej grupy można omawiać i wdrażać najlepsze praktyki. Gdy dzięki nim możemy odróżnić się od innych przedsiębiorstw, generować przewagi konkurencyjne i profilować naszą działalność. Ponadto Sales Academy jest także dodatkowym atutem przy rekrutowaniu pracowników z zewnątrz.»

Martin E. Schygulla, Prezes Zarządu, Kierownik Dywizji Bell Niemcy i Hiszpania

Indywidualne potrzeby uczestników są jednak uwzględniane już w pierwszych fazach programu. I tak na przykład rozpoczęcie jest możliwe w różnych punktach w zależności od doświadczenia, a prędkość, z jaką ukończysz się akademię sprzedaży, jest inna dla każdej osoby.

W postaci Sales Academy CK ds. sprzedaży i obszar rozwoju pracowników powołały do życia pierwszy nadrzędny program szkoleniowy dla Bell Food Group. I może nie ostatni. Ponieważ na tej podstawie inne grupy stanowisk, które także wykazują zapotrzebowanie na grupowe koncepcje kształcenia, również mogą wspólnie stworzyć swoje własne programy razem z obszarem rozwoju pracowników. • mr

BELL
FOOD
GROUP



**Ankieta satysfakcji
pracowników 2024**
21 maja do 18 czerwca

Ankieta jest przeprowadzana w Internecie. Otrzymają Państwo listowne pismo z zaproszeniem albo cyfrowe zaproszenie na Państwa służbowy adres e-mail (ze względów związanych z ochroną danych tylko w Szwajcarii i w Liechtensteinie). **Ankiety można wypełnić w następujących językach:** niemiecki, francuski, angielski, hiszpański, włoski, niderlandzki, węgierski, polski, rumuński, bośniacki, chorwacki, serbski, słowacki, portugalski, turecki, tamilski, ukraiński, czeski, bułgarski i syngaleski.

Members of Bell Food Group



Anonimowość: ankieta jest przeprowadzana przez Empiricon. Empiricon gwarantuje całkowitą poufność w zakresie przetwarzania Państwa danych osobowych. Przy ocenie zapewnia się brak możliwości identyfikacji poszczególnych osób. Dane będą oceniane tylko w formie zbiorczej i w odniesieniu do grup obejmujących co najmniej 5 osób ankietowanych. Bell Food Group nie ma dostępu do poszczególnych zbiorów danych na żadnym etapie.

Kształcenie zawodowe jako inwestycja w przyszłość

Najlepsze miejsca do rozpoczęcia kariery dla profesjonalistów jutra

Atrakcyjne kształcenie zawodowe gwarantuje dostępność specjalistów jutra. Do 2026 r. liczba miejsc nauki zawodu w Bell Food Group zostanie podwojona. Nacisk zostanie położony na obszary takie jak technika, produkcja i logistyka.

Dla przedsiębiorstwa możliwość oferowania solidnego kształcenia zawodowego to kwestia nadrzędna.

Dla przedsiębiorstwa możliwość oferowania solidnego kształcenia zawodowego to kwestia nadrzędna. «Kierownictwo Bell Food Group wspiera zakładowe kształcenie zawodowe

w pełnym zakresie», mówi również Endrik Dallmann, Kierownik HR w Bell Food Group. Razem ze swoim zespołem jest on odpowiedzialny za opiekę nad ponad 12 000 pracowników w 16 krajach europejskich, w tym obecnie 160 w większości młodych ludzi, którzy kończą kształcenie zawodowe w produkcji, logistyce, obszarze technicznym, IT czy administracji. Endrik Dallmann, który 30 lat temu sam zaczynał swoje zakładowe kształcenie zawodowe jako sprzedawca handlu przemysłowego w Hügli Niemcy, czuje, jak zmieniły się wyobrażenia początkujących pracowników, a także oczekiwania wobec zakładów uczących zawodu w ostatnich dekadach. «Odczuwam to na własnej skórze, kiedy rozmawiam z moimi własnymi dziećmi.» Mają mniej więcej od 20 do 25 lat, a zatem należą do pokolenia Z, tej grupy młodych ludzi, których dzisiaj chcemy zachęcić do kształcenia zawodowego. «Nie zawsze jest łatwo dokładnie zrozumieć oczekiwania generacji Z, a jeszcze bardziej je zaspokoić, ale jesteśmy na dobrej drodze», mówi Endrik Dallmann z optymizmem. «To, czego młodzi ludzie dzisiaj bardziej w większym stopniu życzą sobie od swojej kariery zawodowej, to znaczenie ich pracy, także już podczas kształcenia. Z tym wiąże się chęć posiadania dużego stopnia samostanowienia.» Aby móc spełnić tę potrzebę, ważne jest stworzenie dla pracowników ram działania, w których mogą rozwijać się podczas swojej pracy.

«Podczas spotkania odbywającego się co dwa lata praktykanci z różnych zakładów i różnych zawodów poznają się osobiście, a także mają możliwość współpracy podczas warsztatów», mówi Endrik Dallmann. W ten sposób powstała własna sieć społecznościowa, która umożliwia wymianę informacji również wtedy, kiedy młodzi ludzie pracujący zawodowo wykonują swoje obowiązki zawodowe już z powrotem w swoich zakładach.

Nawiązywanie kontaktów wzmacnia współpracę

Patrzenie z przychylnością na potrzeby praktykantów, a także wspieranie i rozwijanie ich podczas ich drogi, należą do zadań dobrego zakładu uczącego zawodu. Zalicza się do nich również umożliwianie uczącym się nawiązywania kontaktów. «Podczas spotkania odbywającego się co dwa lata praktykanci z różnych zakładów i różnych zawodów poznają się osobiście, a także mają możliwość współpracy podczas warsztatów», mówi Endrik Dallmann. W ten sposób powstała własna sieć społecznościowa, która umożliwia wymianę informacji również wtedy, kiedy młodzi ludzie pracujący zawodowo wykonują swoje obowiązki zawodowe już z powrotem w swoich zakładach.



Kolorowa mieszanka z pasującymi T-shirtami: Bell na czerwono, Eisberg na zielono, Hilcona na niebiesko i Hügli na biało. Na różowo zespół Crea, który uwiecznił wydarzenie na zdjęciach, a na czarno osoby towarzyszące.

Wielkie spotkanie integracyjne

Kiedy ponownie nadchodzi czas organizacji wydarzenia dla praktykantów, ponad 100 młodych ludzi zjeżdża się z czterech krajów, aby rzucać sobie nawzajem wyzwania i wspólnie dobrze się bawić.

Podczas wydarzenia dla praktykantów w Bell Food Group praktykanci z Niemiec, Austrii i Szwajcarii zbierają się co dwa lata, aby wspólnie zrealizować projekt, uczyć się od siebie, a także, co nie mniej ważne, przeżyć razem niezapomniane chwile. Około 130 uczestników, a także 20 osób towarzyszących uświetniło ostatnią edycję wydarzenia, która tak, jak rok wcześniej odbyła się w Magglingen niedaleko miasta Biel w kantonie Berno. Podczas wyzwania

«The Burger Factory» łącznie 24 grupy poproszono o stworzenie własnego przepisu na burgera, który sprawi, że jury pocieknie ślinka z ust. Zwycięski zespół przekonał jury czystym rzemiosłem i szczególnie smaczną prezentacją. Poza wygranymi voucherami na podróże championi burgerów mogli cieszyć się przede wszystkim również z tego, że ich własny przepis znajdzie się w profesjonalnie opracowanej i drukowanej książce kucharskiej.

Wyjazd z korzyściami

W ramach pobytu zagranicznego praktykanci zanurzają się w nowych światach i na własnej skórze uczą się różnic i podobieństw pomiędzy różnymi zakładami.

Nowy kraj, nowy język, interesująca kultura: kiedy podczas kształcenia praktykanci decydują się na miesięczny pobyt zagraniczny, czeka na nich ekscytujący czas. Nie ma znaczenia, czy chodzi o mechatronika, czy o sprzedawcę w handlu przemysłowym: najpierw trzeba zdecydować się na zakład. Bell Food Group, jako grupa działająca w całej Europie, ma co nieco do zaoferowania, a wybór miejsca docelowego można równie dobrze porównać z katalogiem ofert wakacyjnych. Chociaż: wakacje wyglądają inaczej. W końcu młodzi ludzie mogą się przyłączyć do pracy, jak tylko przybędą do swojego wymarzonego przedsiębiorstwa. Przy tym zostaną oni nie tylko przywitani przez nowy zespół, ale także na własnej skórze poznają wewnętrzne życie innego zakładu i zaczną współpracę już od

pierwszego dnia. Poza pracą oczywiście pozostaje czas na lepsze poznanie kraju i ludzi, zwiedzanie zabytków i doskonalenie własnych umiejętności językowych. Jest to wartościowe doświadczenie nie tylko na dalszą karierę zawodową, ale także na całe życie.

Dwa miejsca kształcenia, jeden model sukcesu

Zmiany demograficzne prowadzą do tego, że w kolejnych latach ponadprzeciętnie duża liczba pracowników odejdzie z zakładów i przejdzie na zasłużoną emeryturę. Aby poradzić sobie z tą sytuacją, w Bell Food Group stawia się na różne działania. Wśród

Cel zakładu łącznie 300 miejsc do nauki zawodu do 2026 roku.

nich wymienić można dążenie do znaczącego zwiększenia liczby miejsc nauki zawodu do 2026 roku. Docelowo jest to łącznie 300 miejsc nauki zawodu, które mają być oferowane w szczególności w Szwajcarii, a także w Niemczech i Austrii. A zatem w tych krajach, w których sta-

wia się na korzyści wynikające z dualnego systemu kształcenia zawodowego. Centralną część systemu dualnego stanowi jednocześnie kształcenie w zakładzie i w szkole zawodowej. W walce przeciwko niedoborowi pracowników tego rodzaju kształcenie zawodowe jest uznawane za wzór do naśladowania na całym świecie. «Interesujący jest także system studiów dualnych, który łączy studiowanie w wyższej szkole zawodowej z kształceniem zakładowym i który z sukcesami jest już stosowany przede wszystkim w Niemczech. Studiowanie i praktyka w pracy przeplatają się w rytmie 3-miesięcznym», wyjaśnia Endrik Dallmann.

Podwojenie liczby miejsc nauki zawodu: warsztat zarządzania opracowuje koncepcję
Odpowiedzi na pytanie o to, jak można osiągnąć ten wysoko postawiony cel, są obecnie wypracowywane przez grupę roboczą. Podczas tak zwanego warsztatu zarządzania międzynarodowy zespół składający się ze współpracowników w ramach rozwoju własnego potencjału pracuje

Podczas streamu dla praktykantów w aplikacji dla pracowników my Bell Food Group praktykanci opowiadają o swoich stażach językowych.



Tutaj rzemiosło masarskie pozostaje na wsi

W rodzinnej atmosferze małej wiejskiej masarni uczy się rzemiosła od podstaw. Jest to coś dobrego nie tylko dla początkujących specjalistów rzeźników, ale także dla całego regionu.

Po prawie 40 latach masarnia Stübi w Matzendorf, niedaleko zakładu Bell w Oensingen, była tuż przed zamknięciem. Małżeństwo Stübi, właściele wielu szanowanych wiejskich masarni, byli tuż przed przejściem na emeryturę, w związku z czym poszukiwali następcy. Nie jest to łatwe przedsięwzięcie, jak się miało okazać. Ponieważ od lat trwała pomyslna współpraca w obszarze kształcenia z Bell, los wiejskiej masarni leżał także na sercu osób odpowiedzialnych w Bell, zabrano się do poszukiwania rozwiązania, które zabezpieczyłyby przyszłość zakładu. Ówczesna masarnia Stübi zmieniła nazwę na Thaler-Metzg i od teraz służy jako czysty zakład uczący zawodu dla Bell Szwajcarii. Pod fachowym kierownictwem byłego praktykanta Stübi i dzisiejszego prezesa zarządu Michaela Sanera początkujący specjaliści rzeźnicy z Bell uczą się rzemiosła w obszarze wędlin w wiejskiej masarni. Ogromną zaletą jest to, że po nauce opanują oni całe spektrum wiedzy dotyczącej przygotowania i uszlachetniania

mięsa. Nagradzane oryginalne receptury rodziny Stübi przetrwały, a lokalna społeczność może nadal cieszyć się własną masarnią w swojej okolicy. Jest to zakład, w którym nie tylko nowe pokolenie uczy się tradycyjnego rzemiosła, ale który także kładzie ono nacisk na zrównoważoną produkcję mięsa z regionu, a jego adres nadal oznacza najlepszą jakość.

**THALER
METZG**



thaler-metzg.ch/ausbildung/



Rozwój zamiast przestoju

Praktykanci nie tylko powinni uczyć się danego rzemiosła i zdobywać szacunek do swojej pracy, ale także pozostać w przedsiębiorstwie dzięki ulepszonym warunkom pracy i godziwemu wynagrodzeniu.



Andreas Begré, kierownik działu kształcenia zawodowego w Bell Szwajcarii.

Tematyka kształcenia zawodowego zajmuje w Bell Food Group wysokie miejsce na liście wartości. Niczego nie pragniemy bardziej, jak należeć do najlepszych w tym obszarze. Dzięki takiemu podejściu powinniśmy pozyskać również najlepszych praktykantów. Aby osiągnąć wysoko postawiony cel, ważna jest możliwość oferowania niezbędnej infrastruktury, a także zgodność nauczanych treści. «Robimy kolejny krok», Andreas Begré, kierownik działu kształcenia zawodowego w Bell Szwajcarii, wymie-

nia działania podjęte w celu dalszego uatrakcyjnienia kształcenia zawodowego w Bell Food Group. «W ramach wyboru zakładu stwierdzamy stan faktyczny, a na podstawie naszej analizy określamy, w którym kierunku powinniśmy pójść.» Poza konkretnymi nauczonymi treściami tematem, którym trzeba zajmować się na bieżąco, są również warunki zatrudnienia. Poza ulepszonymi warunkami pracy należą do nich również godziwe wynagrodzenie przyszłych specjalistów dostosowane do obecnych czasów.

Praktykanci mówią o swoim wyborze zawodu



Juan Riveiro, na III roku nauki na operatora urządzeń w Hilcona w Schaan:

«Chętnie zostałem w Hilcona i dalej się kształciłem. Ostatnie trzy lata spędziłem w zakładzie i rozeznaję się po trochu we wszystkim. Sądzę, że jestem w stanie dobrze wspierać Hilcona swoją wiedzą.»



Alessio Arieta, na III roku nauki na kucharza w Bell w Zell:

«Po zaledwie trzech latach mogłem ukończyć moją naukę na kucharza EFZ w Bell w Zell. Praca w Bell sprawia mi szczególną radość, ponieważ tutaj ciągle można poznawać nowe historie, a także samemu badać nowe miejsca. Tutaj przebywam w bardzo pouczającym środowisku i otrzymuję wsparcie w obszarach, w których jest to potrzebne. W ciągu prawie trzech lat w Bell zgromadziłem świetne doświadczenia, a do tego dużo się nauczyłem. Nie tylko w odniesieniu do mojego zawodu, ale także na całe życie.»



Fabio Dalla Valle, na I roku nauki na technologa żywności w Hilcona w Schaan:

«Najbardziej podoba mi się różnorodność podczas kształcenia, jestem też bardzo zadowolony z moich zarobków. Za najważniejsze w moim kształceniu uważam to, że sprawia mi to radość. Chciałbym dalej się uczyć również po zakończeniu nauki, a Hilcona to umożliwiła. Na przyszłość życzę sobie pomyślności w nauce i dobrego zdrowia.»



Gian Kunz, na III roku nauki na handlowca w Hilcona w Schaan:

«Najrozsądniejsze działy, przez które przeszedłem podczas mojej trzyletniej nauki, wszystkie są bardzo interesujące. W każdym dziale jest coś nowego do nauki, bez względu na to, czy jest to coś nowego o Hilcona, czy nawet o całej Bell Food Group. W każdym dziale pracuje genialny zespół. Szczególnie podoba mi się samodzielność w moim zawodzie.»



Denys Tarasenko, na III roku nauki na operatora instalacji w Hilcona w Schaan:

«Mój zawód mi się podoba: urozmaicony program, przyjaźni współpracownicy, dobre godziny pracy, a także brak konieczności prania odzieży roboczej w domu.»



Navina Nek, na I roku nauki na handlowca w Hilcona w Schaan:

«W ramach mojego kształcenia na handlowca jak do tej pory podjęłam wiele różnych działań i poznałam dwa działy. Różnorodne zadania, takie jak wystawianie rachunków, weryfikacja świadectw, a także pomoc w wewnętrznym kiosku, bardzo mi się podobają. Ponadto uważam, że różne okazje, które można spędzać razem z innymi praktykantami, takie jak pakowanie paczek świątecznych czy dni otwarte, są świetne i dobrze sprawdzają się przy integracji zespołu. Przy wyborze zakładu, w którym będę realizować praktyki, ważne dla mnie było to, by był to otwarty i interesujący zakład, w którym pielęgnowana jest przyjazna atmosfera. Hilcona przekonała mnie przede wszystkim produkcją żywności i związanymi z tym różnymi pracami. Na przyszłość życzę sobie pomyślnego zakończenia edukacji, a następnie zdania matury zawodowej.»



Almina Bosnic, na II roku nauki na handlowca w Bell w Bazylei:

«Moja nauka w obszarze handlu w Bell jest nadzwyczaj urozmaicona, ponieważ zapewnia wgląd w różne działy przedsiębiorstwa. Sama mogłam już odwiedzić trzy działy (administracja IT i informatyka, rachunkowość oraz zakup owoców morza) i jestem z tego bardzo zadowolona. Dzięki takiej zmianie działu co pół roku istnieją duże szanse na to, że każdego dnia mogę uczyć się czegoś nowego i poszerzam swoje umiejętności. Dodatkowo my praktykanci motywowani jesteśmy premiami, co moim zdaniem wspiera także nasze osiągnięcia w zakładzie, jak również w szkole.»



Sara Tomic, na III roku studiów na handlowca w Eisberg w Dällikon:

«Dla mojej decyzji o wyborze Eisberg na zakład uczący zawodu szczególnie ważna była dla mnie przyjazna atmosfera pracy. Dobre relacje z moimi kolegami to potwierdzają. Zarówno samodzielność, jak również praca zespołowa są ważne w moim zawodzie, dlatego też zdecydowałam się na naukę w obszarze handlu. Moim celem jest pomyślne ukończenie kształcenia latem, a następnie dalsze kształcenie się.»



Centra kompetencji kształcące specjalistów w zawodzie jutra

W zakładach kształcących wiedza jest łączona z doświadczeniem rzemiosła i przekazywana przyszłym profesjonalistom. Płynąca z tego korzyść polega na tym, że można całkowicie skupić się na kształceniu, z dala od nacisku ze strony produkcji i innych zewnętrznych czynników.

W warsztatach kształcących Bell Szwajcaria każdy szczególnie dostosowany jest do wymagań i potrzeb młodych praktykantów. Chociaż warsztaty w Bazylei dla przyszłych rzeźników istnieją już od wielu lat, od około dwóch lat w Oensingen znajduje się nowszy warsztat. Również tam rzemiosło w zakresie rzeźbki mięsa jest nauczane przez trenerów zawodu w specjalnie przygotowanych warunkach i przekazywane kolejnemu pokoleniu specjalistów. Ponadto

we wrześniu ubiegłego roku po czteromiesięcznym okresie budowy otwarto pierwszy warsztat kształcący w obszarze techniki. Obecnie nowo stworzona infrastruktura oferuje siedmiu praktykantom optymalne środowisko, w którym na drodze do zostania mechanikiem produkcji lub automatykiem bez żadnych zakłóceń mogą skoncentrować się na różnych zakresach zadań, a także przyswajać nauczane treści w spokojnym i chronionym środowisku.

Nowy warsztat kształcący techników w Bell w Bazylei oferuje miejsce dla siedmiu przyszłych mechaników produkcji lub automatyków.

w tym programie szkoleniowym nad koncepcją, która stworzy podstawy pozwalające podwoić liczbę miejsc nauki zawodu. «Aktualny warsztat zarządzania składa się z ośmiu kobiet i dwóch mężczyzn. Są to pracownicy z różnych obszarów handlowych i specjalistycznych i cieszy nas fakt, iż zespół odznacza się wysokim poziomem różnorodności», wyjaśnia Endrik Dallmann. Co łączy dziesięciorga członków warsztatu: wszyscy mówią po niemiecku. «W przyszłości planowane jest prowadzenie zajęć w języku angielskim. W ten sposób otworzymy program także na naszych angielskojęzycznych pracowników.»

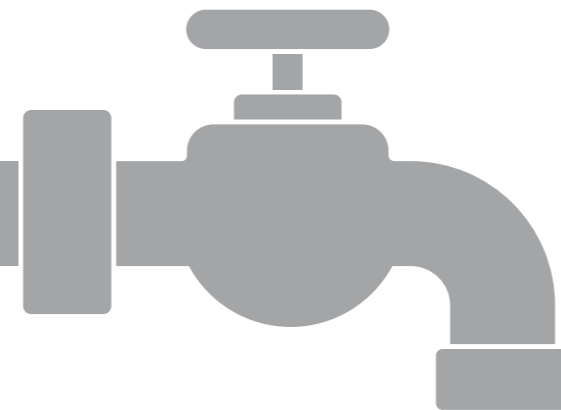
Wykształcić i zatrzymać w zakładzie

Dla długotrwałego sukcesu w związku z przeciwdziałaniem niedoborowi specjalistów decydująca będzie zdolność utrzymania świeżo wykształconych pracowników w przedsiębiorstwie. Poza dążeniem do osiągnięcia znaczenia swojej pracy początkujący profesjonalści chcą realizować własne pomysły i wykazać się kreatywnością. Wysokie miejsce na liście priorytetów zajmuje również potrzeba posiadania bezpiecznego miejsca pracy. Jest to pakiet wymagań, które będąc przyszłościowym przedsiębiorstwem, lepiej zaspokoić dzisiaj, niż jutro. W Bell Food Group mamy świadomość tego, że sukces przedsiębiorstwa zależy od wiedzy specjalistycznej oraz motywacji pracowników. Ważne jest przy tym stworzenie możliwie jak najlepszej oferty edukacyjnej, której owoce mają być rozumiane również jako ważny element składowy odpowiedzialności społecznej. • ap

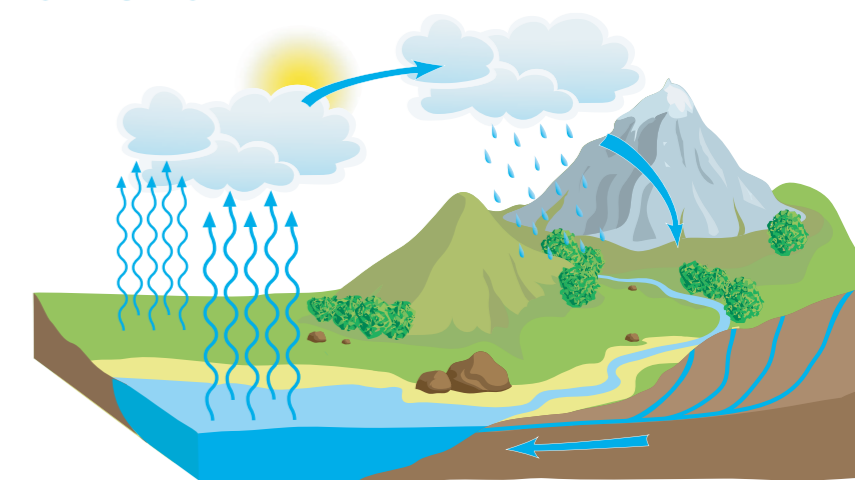
Zrównoważone zużycie wody

LICZY SIĘ KAŻDA KROPLA

Słodka woda jest wartościowym zasobem. Podczas gdy zapotrzebowanie na nią nieustannie rośnie, zwiększa się również poziom zanieczyszczenia wody, a zmniejsza się światowa podaż wody. Magazyn LOOK! przedstawia wkład Bell Food Group w ochronę tego ważnego zasobu.



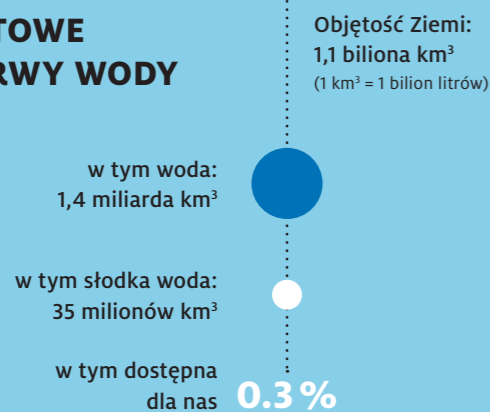
OBIEG WODY



Tylko 2,5 procent światowych rezerw wody to słodka woda.



ŚWIATOWE REZERWY WODY



Świat jest pokryty wodą w prawie dwóch trzecich. Większość z tego stanowi słona woda. Słodka woda stanowi z kolei tylko 2,5 procent światowych rezerw wody. Z czego tak naprawdę ludzie mogą korzystać tylko z 0,3 procent, na przykład w formie wody pitnej lub do nawadniania pól. Reszta słodkiej wody jest ukryta w arktycznej i antarktycznej pokrywie lodowej albo w postaci wody gruntowej głęboko w glebie.

Rzadkie dobro

Nawet jeśli nie można wykorzystać całej ilości wody dostępnej na świecie ze względu na obieg wody, ilość wody nadającej się do użytku jest bardzo ograniczona. Jeśli zapotrzebowanie przekroczy zasoby naturalne, wówczas słodkiej wody zabraknie. Już dziś jedna trzecia największych systemów wód gruntowych na świecie oraz ponad cztery miliardy ludzi żyje w krajach odznaczających się poważnym niedoborem wody albo jej brakiem. Poza środkowo- i północnoafrykańskimi krajami tym problemem dotknięte są również Meksyk, Chiny i Europa Południowa.

Wartość dodana dla człowieka i natury

Również nasze ekosystemy są uzależnione od wystarczającej ilości słodkiej wody. Rzeki i obszary zalewowe, a także jeziora i torfowiska należą do najbardziej urozmaiconych gatunkowo ekosystemów.

Jednocześnie gromadzą, filtrują i oczyszczają one wodę pitną.

Jednak słodka woda ma również ważny wkład w regulowanie klimatu, ponieważ na przykład wiąże metan i węgiel – oba te pierwiastki przyczyniają się do globalnego ocieplenia.

Również nasze ekosystemy są uzależnione od wystarczającej ilości słodkiej wody.

Więcej składników odżywczych, mniej tlenu

Dokładnie ta zdolność może okazać się jednak zgubą wody pitnej: kiedy w słodkiej wodzie zgromadzi się zbyt wiele składników odżywczych, wówczas traci ona na zawartości tlenu. To z kolei prowadzi do tworzenia się większych ilości alg i roślin wodnych. Jest to proces, który nazywa się eutrofizacją, a w długim okresie oznacza śmierć dla wielu gatunków zwierząt wodnych, ponieważ obniża on jakość wody.

Jego przyczyny są różnorodne, ale w większości przypadków odpowiedzialny jest człowiek: nieoczyszczane ścieki, składniki odżywcze takie jak azot i fosfor, które występują w nawozach, albo karma dla ryb przyspieszają ten proces.

W rolnictwie ekologicznym stosowanie nawozów i środków ochrony roślin jest reglamentowane po to, żeby chronić wody gruntowe.

A co robi Bell Food Group?

Produkcja artykułów spożywczych jest uzależniona od wystarczających ilości świeżej wody. Czy to do nawadniania pól, czy też mycia mięsa, warzyw, owoców i sałat, jak również do czyszczenia maszyn, urządzeń i hal produkcyjnych. Będąc częścią przemysłu spożywczego, Bell Food Group ma świadomość znaczenia zrównoważonej produkcji artykułów spożywczych. Tylko oszczędne używanie ograniczonych zasobów,

TO ROBI BELL FOOD GROUP



Woda deszczowa do chłodzenia

Płaski dach nowego centrum chłodniczego w Oensingen jest wykorzystywany do gromadzenia wody deszczowej. Na powierzchni 200 m² woda deszczowa jest zbierana i odprowadzana do zbiornika na deszczówkę, z którego następnie jest pobierana do chłodzenia urządzeń albo do odprowadzania nadmiernego ciepła z instalacji chłodniczych amoniakalnych w drodze parowania przez dach do środowiska.



Oszczędzanie wody dzięki nawadnianiu kropelkowemu

100 procent produktów, które marka Eisberg pozyskuje od dostawców z Europy, pochodzi z pól stosujących nawadnianie kropelkowe. W przypadku takich precyzyjnych metod nawadniania małe kontrolowane ilości wody dostają się bezpośrednio do korzeni roślin. W porównaniu do typowych systemów nawadniania metoda ta nie tylko jest oszczędna, ale także wspiera zdrowy wzrost roślin.

Ponowne wykorzystanie zimnej wody

W Pfaffstätt marka Hubers wykorzystuje wodę do ochrony instalacji pakujących, które w pewnym stopniu pracują przy wysokich temperaturach, przed przegrzaniem. Od 2023 r. ta woda nie jest już odprowadzana studzienką ściekową, ale jest wykorzystywana do wstępnego mycia kontenerów z żywymi zwierzętami. Dzięki temu codziennie oszczędzane jest ok. 80 000 litrów wody.



Wykrywanie nieszczelności wody

Od 2023 r. zakład rzeźniczy w Bazylei wykorzystuje system monitorowania nieszczelności. Nocami, kiedy woda nie jest używana, system nadzoruje wibracje, aby na wczesnym etapie wykryć ewentualne przecieki. Brak przepływu wody oznacza brak wibracji, podczas gdy pojawienie się wody może wskazywać na możliwy przeciek.

-25%

Redukcja ścieków

W przypadku Ali-Big w Brivio czyszczenie produkcji mokrej (np. sosów pomidorowych) zużywa bardzo dużo wody. Dzięki różnym działaniom, takim jak analizy zużycia, narzędzia czyszczące niewymagające wody czy szkolenia dla pracowników, udało się zredukować zużycie wody na ilość gotowego produktu o 25 procent. W ten sposób polepszono również jakość ścieków, dzięki czemu możliwe jest dziś utrzymanie komunalnych wartości granicznych.

Wstępna obróbka ścieków

Ścieki w zakładach produkcyjnych odznaczają się różnym stopniem zanieczyszczenia w zależności od procesu. W przypadku dużego zanieczyszczenia woda musi zostać poddana wstępnej obróbce, zanim przedostanie się do kanalizacji. Dużym obciążeniem ściekami odznaczają się przede wszystkim rzeźnie, dlatego podejmowane są różne działania polegające na wstępnej obróbce ścieków. Przykładowo ciała stałe, które gromadzą się w wodzie, są odsiewane i przekształcane na energię w instalacji do produkcji biogazu.



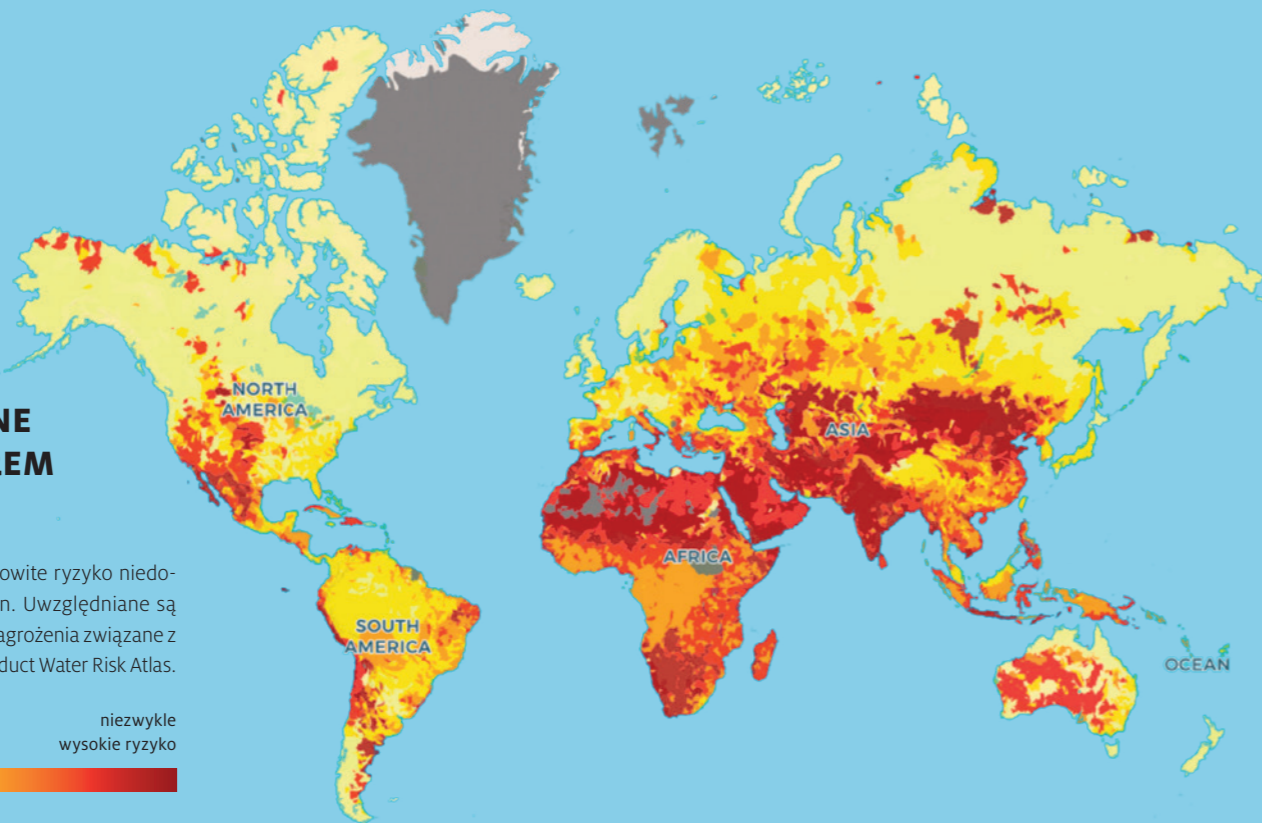
Spojrzenie w przyszłość: czyszczenie wody w procesie ultrafiltracji

Do czyszczenia sałaty potrzebne są duże ilości świeżej wody. Dlatego Eisberg szuka rozwiązań pozwalających przygotowanie takiej wody do ponownego użycia. Możliwością, która jest obecnie testowana, jest czyszczenie wody w procesie ultrafiltracji. W tym procesie odfiltrowywane są najmniejsze cząsteczki. Jednakże metoda ta nie sprawdza się w przypadku substancji rozpuszczonych, takich jak aminokwasy, ponieważ do tego niezbędna jest jeszcze obecność roztworu. Dlatego też Eisberg nie jest w stanie obecnie jeszcze oszacować, czy ta metoda okaże się opłacalna.



OBSZARY ZAGROŻONE NIEDOBREM WODY

Mapa pokazuje całkowite ryzyko niedoboru wody na region. Uwzględniane są przy tym wszystkie zagrożenia związane z wodą zgodne z Aqueduct Water Risk Atlas.



takich jak woda, zabezpiecza podstawy działania całej branży w długim okresie. W tym celu Bell Food Group aktywnie opowiada się za zrównoważonymi praktykami w zakresie zużycia wody, aby utrzymać jakość i ilość tego ważnego zasobu w długim okresie, zarówno w swoich własnych zakładach, jak również w całym łańcuchu dostaw.

Do 2026 r. Bell Food Group zredukuje swoje zużycie słodkiej wody o dziesięć procent. W zakładach w obszarach dotkniętych niedoborem wody ma ono zostać zmniejszone o połowę.

Głównym działaniem pozwalającym osiągnąć ten cel jest opracowanie kompleksowego systemu monitoringu: system zarządzania energią E3m jest w fazie wdrożenia we wszystkich zakładach w Bell Food Group. Poza ciepłem i energią w ten sposób mierzone będzie również zużycie wody dla danego zakładu. Przy pomocy narzędzia Aqueduct Water Risk Atlas Bell Food Group określa obszary zagrożone

niedoborem wody, aby opracować działania dla zakładów dotkniętych tym problemem. Obecnie w fazie planowania znajduje się także wyliczanie śladu wodnego najważniejszych produktów.

Jednakże większość działań nie odbywa się na poziomie Bell Food Group, ale w obszarach biznesowych i w poszczególnych zakładach, co pokazują różne przykłady. • sh

Do 2026 r. Bell Food Group zredukuje swoje zużycie słodkiej wody o dziesięć procent.

Więcej informacji na stronie Aqueduct Water Risk Atlas:
www.wri.org/applications/aqueduct/water-risk-atlas



Pięknie podane, a smakuje równie dobrze

To robi wrażenie

Choć było gotowane z miłością przez wiele godzin, na talerzu danie po prostu nie robi wrażenia. Dla wszystkich, którzy znają ten problem, mamy kilka profesjonalnych wskazówek od doradcy kulinarnego marki Bresc, Jeroena de Zwart. Wszystkie z nich są łatwe do wdrożenia, dając świetny efekt.



Rodzący się trend

Są niewielkich rozmiarów, mają żywy kolor i aktualnie należą do kulinarnych wyznaczników trendów. Jadalne kiełki są wspólnie znane również pod nazwą mikroliszcze albo po prostu jako rzeżucha.

Jako przybranie w różnych odcieniach zieleni, czerwieni lub żółci, a także dzięki różnym kształtom liści są one wisienką na torcie na pięknie udekorowanych talerzach. Jednakże jednocześnie powinny także podkreślać smak potrawy.

Obowiązuje zasada: mikroliszcze o cierpkiej nucie dobrze pasują do mięsa i ryb. Kiełki o orzechowym posmaku podkreślają aromat w przypadku potraw warzywnych. Kiełki można wykorzystywać nawet do deserów. Wówczas najlepiej sięgnąć po słodkie odmiany.

Kiełki jadalne pozyskuje się z nasion różnych rodzajów warzyw i innych roślin, takich jak fasola, czerwona kapusta, słonecznik czy gryka. Ten, kto nie znajdzie pasującego dodatku w supermarkecie, może zdobyć je także na własną rękę. Nasiona kiełkują w kilka dni, na przykład na parapecie. Dla początkujących szczególnie dobrze nadają się groch, odmiany kapusty i rzodkiewka.



Jako kucharz z zawodu i doradca kulinarny marki Bresc Jeroen de Zwart jest specjalistą w obszarze aktualnych trendów żywieniowych.

Całkowicie zakręcone

Czy kiedykolwiek walczyłeś z makaronem spaghetti czy linguine, który pokazał swoją niepokorną naturę już w drodze z garnka na talerz? Dzięki dwóm pomocnikom, których można znaleźć w każdej kuchni, krnąbrny makaron można przywołać do porządku: łyżka i widelec.

Widelcem najpierw wyjmujesz odpowiednią porcję z garnka i powoli nakręca się ją na łyżkę. Następnie ostrożnie można zsunąć nawinięty makaron na talerz. Ta metoda sprawdza się w przypadku zarówno nawiniętej wieży, jak również płaskiej spirali.

Rolki z makaronu wychodzą najlepiej z użyciem dużych sztućców, a zatem widelca do mięsa i łyżki do serwowania. Trzeba jednak przyznać: być może trzeba będzie trochę poćwiczyć, zanim opanuje się nawijanie. Ale komu przeszkadzałyby gotowanie – a także jedzenie – spaghetti kilka razy w tygodniu w celach treningowych?

Do nawijania makaronu zaleca się używanie dużych sztućców.





Wśród trendów kolorystycznych w zastawie stołowej wymienia się pastele i kolory ziemi.

Odpowiednia baza

Płaskie czy głębokie, białe czy kolorowe, kwadratowe czy okrągłe, wszystko z jednej serii czy kolorowy miks? W przypadku zastawy stołowej to osobisty gust decyduje o tym, co łąduje na stole.

Jednak zupełnie jak w modzie, również tutaj obowiązuje zasada: nie każdy talerz pasuje do każdego jedzenia. A zatem ten, kto chce pięknie podać menu, powinien również z dbałością wybrać używaną zastawę stołową. Można przy tym osiągnąć zupełnie odmienne rezultaty przy jednym i tym samym daniu dzięki różnym «bazom».

Weźmy na przykład żupę: do zaprezentowania jej w sposób tradycyjny sprawdzi się na przykład fajansowa misa. Jeśli chcemy osiągnąć bardziej elegancki wygląd, możemy sięgnąć po biały talerz na żupę z delikatnej porcelany.

Tak czy siak biel jest klasyką w przypadku zastawy stołowej, z którą nie można się pomylić. Wśród aktualnych trendów kolorystycznych wymienia się pastele i kolory ziemi. W związku z tym potrawy mięsne chętnie podaje się również na drewnianym lub marmurowym bloku – dla uzyskania dziewiczego i surowego wyglądu.

Owalne lub prostokątne talerze wpisują się ponadto w trend układania potraw na podłużnych naczyniach. Głębsze misy przyciągają wzrok przykładowo do sałatek i potraw z makaronu.

Przy wyborze zastawy stołowej ważne jest także dopasowanie jej do wielkości porcji. Obowiązuje ogólna zasada, zgodnie z którą talerze lub misy zawsze należy wypełniać tylko w dwóch trzecich.

Dobrze jest wiedzieć, kiedy stoi się przed kupnem nowej zastawy stołowej: w przypadku odcieni niebieskiego zaleca się zachowanie ostrożności, ponieważ wiele artykułów spożywczych źle na nich wygląda.

Pomyślne zakończenie

Niedługo przed zaserwowaniem wszystko się ze sobą łączy. W tym celu można podpatrzeć co nieco od profesjonalnych kucharzy. Jeśli na przykład stek ma wyglądać raczej lekko i filigranowo, można go pokroić na wąskie paski. Jeśli z kolei danie ma zrobić większe wrażenie, stek pozostaje w całości i trafia na stół z «nożem w plecach».

Ponadto w przypadku sosów obowiązuje zasada, zgodnie z którą najlepiej, żeby ze wszystkimi potrawami z chrupiącą skórką podawane były obok lub pod nimi. Z jednej strony lepiej to wygląda, a z drugiej strony utrzymuje chrupką konsystencję. W przypadku potraw krótko smażonych na patelni sosy, takie jak chimichurri, mogą być z kolei układane również na mięsie.

Niepożądanych rozprysków sosów można uniknąć, trzymając mały talerz pod łyżką, dopóki nie osiągnie ona odpowiedniej pozycji nad talerzem. Żupy nalewa się do misy bez wypadków z naczynia z dzióbkiem.

Umyślne robienie kleksów wymaga odrobiny odwagi.

Jednak w modzie jest teraz umyślne robienie kleksów płynnymi komponentami w celu uzyskania nonszalanckiego wyglądu. Potrzeba do tego odrobiny odwagi, kiedy sos kapie na talerz z dużej wysokości. Ale rezultat jest znacznie lepszy, niż wtedy, kiedy bojaźliwie zabiera się do pracy. • *mr*



Do wyboru do koloru – od słodkiego do chrupkiego

Tak kolorowa będzie wiosna

Na pikniku kilka chrupiących przekąsek, na lunch sycąca sałatka, na aperitif ze znajomymi pyszne szynki, a na kolację u Włochów makaron trofie z pesto – jak pięknie byłoby, gdyby można było wypróbować wszystkie nowości ze wszystkich krajów Bell Food Group. Jednak w magazynie LOOK! można przynajmniej na nie rzucić okiem. • *mr*



Dzięki nowym pesto od marki Bresc potrawy można podawać «gustownie».

Bresc

Autentyczny włoski smak po sześciokroć

Bresc już od początku marca inspirował swoich klientów z branży gastronomicznej nowościami takimi jak «Caponata», «Gremolata», «Aglio e Peperoncino», «Pesto all'Arrabbiata», «Pesto alla Genovese» oraz «Veganen Pesto». Dzięki nowym świeżym sosom i pesto marka Hügli wyrusza w kulinarną podróż od Ligurii aż po Sycylię, a przy tym pomaga także kucharzom zaoszczędzić czas.



Bell Szwajcaria

Specjalności z Gryzonii w nowoczesnym opakowaniu

Bell Szwajcaria przedstawia cztery wysokiej jakości klasyki z Gryzonii, teraz w składanym opakowaniu: «Trockenfleisch», «Bündnerfleisch», «Hobelfleisch» oraz «Bündner Rohschinken». Poza trzema międzynarodowymi szynkami surowymi specjalności z Gryzonii są teraz dostępne w praktycznym opakowaniu z możliwością powtórnego zamykania.



Abraham

Woń szynki

Bell Niemcy rozszerza swój asortyment cienko krojonych szynek marki Abraham o dwie nowe międzynarodowe specjalności. «Szynka Savoyer» przyrządzana przez Bell Francja oraz włoska szynka «Prosciutto Crudo» tradycyjnie dojrzewały na kości i były suszone powietrzem przez kilka miesięcy.



Bell Francja

Francja spotyka Włochy

Od kwietnia Bell Francja zapewni urozmaicenie podczas aperitif lub pikniku w postaci nowych specjalności «Jambon enrobé». Dzięki pesto otulającemu mięso czy też pomidorom z bazylią obie nowe szynki mają wyśmienity mocny aromat.



hubers: snack it – love it

Przekąski do pokochania

Pod nową marką własną hubers: snack it – love it Eisberg Austria wprowadza dwie nowości w asortymencie: «Chicken Nuggets Pizza Style» oraz «Tortilla Nuggets». Obie innowacje do jedzenia palcami w uroczej formie trójkątów posiadają chrupiącą panierkę i mogą być przegrzane razem z dipem lub bez niego.



Eisberg Węgry

Sycące sałatki

Eisberg Węgry rozpoczyna sezon wiosenny trzema kolorowymi wariantami sałatek: «Tuńczyk i bulgur», «Szynka i jajko» oraz «Kurczak i pesto». Wszystkie trzy warianty to połączenie sałat liściastych ze źródłem białka i sycącymi dodatkami. Dzięki temu gotowe do spożycia trio stanowią optymalną podstawę zrównoważonych dań.



Eisberg Austria

Odmiana podczas przerwy na lunch

Dla marki własnej dużej austriackiej sieci handlowej już od lutego Eisberg dostarcza dwa nowe warianty sałatek «Rainbow Bowl», kolorową mieszankę z batatów, buraków ćwikłowych i surówki z kapusty, a także «Quinoa Nuss Bowl», czyli komosę ryżową połączoną z warzywami i orzechami. Jednocześnie do lodówek trafił również «Hummus-Hamshuka Wrap» – placek z wołowiną i uwielbianą pastą z ciecierzycy.



Eisberg Szwajcaria

Witamin bez liku

W tym roku zespół z Eisberg Szwajcaria zastrza apetyt swoich klientów na witaminy i przedstawia sześć różnych zestawów owocowych. Od «Pomarańczy i winogron» aż po «Melona i truskawki» – wszyscy fani owoców znajdą odpowiednią dla siebie mieszankę. A ten, kto należy do grupy fanów sałatek, może sięgnąć po jeden z dwóch nowych bowlów, które poza chrupiącymi sałatami liściastymi zawierają również między innymi niewielką porcję sałatki ziemniaczanej.



Hilcona

Lekko oprószone mąką, niczym ręcznie robione

Od kwietnia nowe «Ravioli Bolognese» uzupełniają asortyment własny marki Hilcona dostępny w sprzedaży detalicznej. Coś wyjątkowego: ekstracienkie ciasto na makaron z pysznym nadzieniem bolońskim i wysokiej jakości mięsem wołowym. Ponadto dzięki nowej sezonowej koncepcji marki własnej Hilcona na talerzu gości jeszcze większa różnorodność.

Na dobry początek od kwietnia do sierpnia «Łosoś Mezzelune» z kremowym nadzieniem z łososia wędzonego ASC z serami ricotta i mascarpone.



Hilcona

Nowości, które zaspokoją nawet największe wymagania kulinarne

Od wiosny Hilcona oferuje swoim klientom z branży gastronomicznej w Szwajcarii kilka nowości sałatkowych. Do największych gwiazd należy «Azjatycka sałatka tofu z marchewką i edamame». Tofu pochodzi z własnej produkcji w Landquart.

Ponadto o biojakość na talerzach firma z Liechtensteinu dba w postaci «Bio-Lasagne» marki Hilcona, Bio Cuisine. Jest ona produkowana ze świeżych składników w najlepszej biojakości i może zostać przygotowywana w jednej chwili.



The Green Mountain

Wegańska alternatywa dla sznycła

Nowy sznycel «Hot N Cold Schnitzel» od start-upu marki Hilcona, The Green Mountain, oferuje klientom z branży gastronomicznej całkowicie roślinną alternatywę dla tradycyjnego pierwowzoru z prawdziwego mięsa. Pożywny chrupiący sznycel jest dostarczany w formie głęboko mrożonej. Może być przygotowywany i serwowany bezpośrednio po rozmrożeniu na najróżniejsze sposoby, zarówno na zimno, jak i na ciepło.



Hügli

Prawdziwa oszczędność czasu

Dzięki nowym skoncentrowanym wywarom marki Hügli od końca marca branża gastronomiczna otrzymuje wsparcie w codziennej pracy w kuchni. «Bulion wołowy», «bulion drobiowy», «bulion rybny» oraz «bulion warzywny» są otrzymywane z najlepszych składników po ostrożnym wygotowaniu. Dzięki ich skoncentrowanemu aromatowi w jednej chwili można doprawić różnorodne potrawy.



Bell dla najmłodszych

Ostatnio wśród młodej grupy docelowej marki Bell w Polsce ogromną furorę robi «Psi Patrol». W ramach współpracy z tą uwielbianą serią animowaną współpracownicy opracowali dwie nowości.

«Psi Patrol» należy do najbardziej znanych na świecie serii animowanych dla dzieci w wieku przedszkolnym. Przygody psich bohaterów są uwielbiane również w Polsce. Jest to dobry powód dla miejscowego zespołu Bell do współpracy z producentami i wprowadzenia dwóch produktów na licencji w Polsce.

Ze względu na to, że nowości są skierowane do dzieci, przy opracowywaniu produktów współpracownicy zwracali szczególną uwagę na dobrą kompozycję składników. I tak «Salami» zawiera 40 procent mniej tłuszczu w porównaniu do tradycyjnej receptury, a «Parówki z szynki» mają zawartość mięsa na poziomie 90 procent, podczas gdy zrezygnowano z dodatków, takich jak barwniki czy fosforan. Dzięki temu rodzice fanów «Psiego Patrolu» mogą z czystym sumieniem włożyć nowości do koszyka na zakupy.



Jubileusze i przejścia na emeryturę od kwietnia do czerwca 2024

«Od pierwszego dnia pracuję u boku mojej siostry»



Yvonne Bautista

40 lat pracy

Funkcja: Pracownik zakładu

Przedsiębiorstwo: Bell Szwajcaria

Zakład: Zell



Jak doszło do tego, że 40 lat temu ubiegała się Pani o pracę w Bell w Szwajcarii? Przez moją siostrę, Beatrix Imer. Wówczas Bell w Zell było jeszcze znane pod nazwą «SEG-Poulets AG».

Co najbardziej zmieniło się w ciągu 40 lat? Cyfryzacja! Od formy papierowej do komputera. Wówczas w biurze były tylko trzy osoby (przypis redakcji: w administracji). Dzisiaj już w sumie nie wiem, ilu ludzi tam pracuje!

Czy jest jeszcze coś w Pani codziennej pracy, co nie zmieniło się przez te wszystkie lata? Tak, od pierwszego dnia pracuję u boku mojej siostry (śmiech). Ciekawe, czy komuś innemu by się to udało!

Jakie doświadczenie z Pani kariery w przedsiębiorstwie na zawsze zostanie Pani w pamięci? Sądzę, że strach z powodu ptasiej grypy w latach 90. W tamtym czasie raz na jakiś czas pomagaliśmy

przy sprzątanii i czyściliśmy toalety lub garderoby, ponieważ popyt na drób bardzo spadł. A potem w 2020 roku nadszedł oczywiście koronawirus. Dobrze zapamiętam także pozytywne momenty, takie jak obecny jubileusz.

Co najbardziej lubi Pani w swojej obecnej pracy? Nie jest to praca przy taśmie produkcyjnej, każdy dzień jest inny. Jestem naprawdę wdzięczna. Wykonuję swoją pracę już tak długo, że jest ona częścią mnie.

Yvonne Bautista (po lewej) i Beatrix Imer (po prawej), również od 40 lat* w Bell.

Obie siostry pracują od 40 lat razem w dziale komisjonowania w Zell.

* Beatrix Imer obchodzi jubileusz 40-lecia pracy w Bell w Zell w lutym 2024 (wydanie LOOK! 4/2023).

Co podobało się Wam najbardziej?



Dzięki Waszym opiniom możecie coś wygrać!

Magazyn LOOK! powinien być dla Was przyjemną lekturą! Dlatego opieramy się na Waszych odpowiedziach. W ten sposób możemy na bieżąco ulepszać LOOK! i dbać o to, że każde wydanie będzie Wam smakować od nowa. W związku z tym interesuje nas: co w tym wydaniu LOOK! podobało się Wam najbardziej? Czy był to konkretny artykuł? Czy przemówiło do Was szczególnie jakieś zdjęcie? A może w pamięć zapadł Wam po prostu konkretny cytat? **Podzielcie się tym z nami i wypełnijcie formularz, do którego dostęp można uzyskać poprzez kod QR.**

W podziękowaniu za Wasze odpowiedzi spośród wszystkich odpowiedzi wylosujemy 10 bonów na zakupy, każdy o wartości 70 euro.

Podzielcie się swoimi opiniami (kod QR) do 28 czerwca 2024 r., aby wziąć udział w losowaniu.

Ze zwycięzcami skontaktujemy się bezpośrednio. Nie udzielamy informacji telefonicznej ani korespondencyjnej na temat wyników losowania. Jedna osoba może wysłać wyłącznie jedną odpowiedź.