

LOOK!

Magazyn firmowy

03 2024



**Rozwijamy
się razem**

**BELL
FOOD
GROUP**





Spis treści

Z codzienności przedsiębiorstwa

4 Uwaga, plac budowy!

Działalność budowlana Bell Food Group

7 Prawie wszyscy «My Bell Food Group» zainstalowali

Jak my Bell Food Group pomagają w codziennym życiu w Eisberg na Węgrzech

Praca w Bell Food Group

8 Serdeczne gratulacje

Z okazji zakończenia praktyk

11 Witamy

Na drodze ku karierze

12 Sukces dzięki aktywnemu podejściu

Nowoczesna rekrutacja przyciąga coraz więcej kandydatów i kandydatek

Artykuł z okładki

15 Rozwijamy się razem

Bell Food Group staje się coraz większą rodziną

Ekologia i innowacja

22 Zrównoważony rozwój jest mierzalny

Na kursie

Nasz świat smaków

24 Trik z ciepłą wodą

Przy metodzie sous vide sprawdzą się również specjalne cięcia mięsa

28 Jesienne trendy tego roku

Kolorowa różnorodność na chłodniejsze dni

30 Zadowoleni klienci stają się partnerami na całe życie

Zróżnicowanie klientów w Bell Food Group

Osobisty

33 «Sami składaliśmy nawet kartony»

Jubileusze i emerytury od października do grudnia 2024

Informacje zwrotne i loteria

36 Co podobało się Wam najbardziej?

Dzięki Waszym opiniom możecie coś wygrać!

Skupmy się na tym, co czyni nas wyjątkowymi

Drogie Koleżanki, drodzy Koledzy,

w ciągu ostatnich kilku miesięcy miałem okazję odwiedzić wiele naszych zakładów i spotkać się z niektórymi z Was osobiście. Byłem pod szczególnym wrażeniem Waszej motywacji i ogromnego zaangażowania, jakie wykazujecie każdego dnia. Potwierdzają to również

Wykorzystajmy nasze mocne strony.

wyniki naszej najnowszej ankiety pracowniczej. Ankieta wykazała, że silnie identyfikujecie się z firmą. Ten feedback napawa mnie ogromem radości i jestem bardzo Wam za to wdzięczny. Ponieważ to właśnie zadowoleni i zaangażowani pracownicy, tacy jak Wy, stanowią fundament naszego wspólnego sukcesu.

Nie oznacza to jednak, że osiędziemy na laurach i nie będziemy nic dalej z tym robić. Naszym celem jest ciągłe doskonalenie, rozwijanie się i kształtowanie bezpiecznej i pomyślnej przyszłości Bell Food Group.

Mamy ku temu dobre warunki wyjściowe. Posiadamy wieloletnie doświadczenie, zaangażowany i kompetentny zespół oraz silne relacje z klientami. Uczymy się od siebie nawzajem i korzystamy z faktu, że jesteśmy międzynarodową grupą kapitałową. Dzięki naszej organizacji skoncentrowanej na obszarach biznesowych jesteśmy szybsi, bardziej zwinni w porównaniu z naszą konkurencją, co w konsekwencji sprawia, że jesteśmy bliżej rynku. Ale aby naprawdę się wyróżnić, musimy skupić się na tym, co czyni nas wyjątkowymi: nasza wiedza specjalistyczna w zakresie produkcji, nasze relacje z rynkami oraz nasze doświadczenie w zakresie zrównoważonego

rozwoju i dobrostanu zwierząt. Wykorzystajmy więc te mocne strony, aby zyskać przewagę nad konkurencją. Ale dalsze poszerzanie tej przewagi i wykorzystywanie jej w ukierunkowany sposób leży już w naszych rękach.

Okazuje się jednak, że wysiłek się opłaca. W pierwszej połowie roku udało nam się zdobyć udziały w rynku we wszystkich obszarach. Ważne jest dla mnie, aby nadal zwracać uwagę na koszty i wprowadzać tylko te procesy, które naprawdę dodają wartość do naszej działalności. Ważne jest dla mnie, aby poszczególne jednostki biznesowe rozwiązywały swoje problemy na poziomie lokalnym. Oczywiście na tyle, na ile jest to możliwe. O wiele lepiej jest radzić sobie z wyzwaniami tam, gdzie się one po prostu pojawiają.

Jestem przekonany, że wspólnie będziemy świętować jeszcze wiele sukcesów i z ufnością patrzę na drugą połowę roku. Bardzo dziękuję za Wasze codzienne zaangażowanie i pasję. Z niecierpliwością czekam na osobiste spotkania z Wami podczas moich kolejnych wizyt w terenie.

Z wyrazami szacunku

Marco



Marco Tschanz
CEO w
Bell Food Group

Działalność budowlana Bell Food Group

Uwaga, plac budowy!

Bell Food Group inwestuje w swoje zakłady produkcyjne. Fakty i ciekawostki na temat zakończonych i trwających projektów budowlanych.

Hügli Szwajcaria Rozbudowa w Steinach



Dzięki rozbudowie firmy Hügli w Steinach można było zrezygnować z wynajmowanej od lat nieruchomości w St. Gallen, i od teraz wszyscy pracownicy pracują w jednej lokalizacji. Dzięki nowemu budynkowi produkcja wyrobów garmazeryjnych spełnia wszystkie wymagania dotyczące procesów jakościowych i technologicznych. I bez cienia wątpliwości można ją określić

jako najnowocześniejszą. Odchudzone procesy w ramach Lean Management umożliwiają zwiększenie zdolności produkcyjnych przy stale rosnącym popycie na produkty z segmentu wyrobów garmazeryjnych. Dzięki takiemu rozwiązaniu można było dodatkowo wyeliminować koszty transportu drogowego.

Uruchomienie: do końca 2024

Ponadto: Steinach znajduje się bezpośrednio nad Jeziorem Bodeńskim i leży geologicznie tylko nieznacznie powyżej poziomu jeziora. Obszar musiał najpierw zostać ustabilizowany, aby można było działać dalej. Przed rozpoczęciem budowy w ziemi umieszczono 58 betonowych pali o długości prawie 40 metrów. Do stworzenia stabilnego fundamentu zdolnego udźwignąć obciążenie budynku użyto około 22 ton betonu na jeden pał.

Eisberg Austria Zakład produkcyjny w Marchtrenk



Nowy zakład produkcyjny w mieście Marchtrenk w Górnej Austrii składa się z czterech hal produkcyjnych. Zakład ten wyznacza nowe standardy w zakresie zrównoważonego rozwoju, jakości i niezawodności produkcji i będzie specjalizować się w produktach typu convenience.

Oprócz świeżo krojonych sałat, owoców i warzyw, w Marchtrenk produkowane są również przekąski i tradycyjna potrawa śniadaniowa kuchni szwajcarskiej, czyli Birchermüesli, a także poddane wstępnej obróbce produkty drobiowe.

Uruchomienie: 2020

Więcej szczegółów: w tym najnowocześniejszym centrum produkującym świeże produkty convenience, posiadającym własny dział badań i rozwoju o powierzchni 400 metrów kwadratowych opracowuje się nie tylko nowe produkty, ale również prowadzi się badania w zakresie zrównoważonych opakowań. Oprócz innowacji, główny nacisk kładziony jest na regionalność. Lokalna produkcja z najwyższym możliwym sezonowym wykorzystaniem lokalnych surowców zaspokaja popyt na miejscowe wyroby.

Bell Szwajcaria Centrum logistyczne (1), centrum krajalnicze (2) i centrum głębokiego mrożenia (3) w Oensingen



Na terenie Südringstrasse w Oensingen powstaje centrum krajalnicze, centrum logistyczne z w pełni zautomatyzowanym magazynem wysokiego składowania oraz centrum techniczne z restauracją, biurami i pomieszczeniami socjalnymi. Nowo powstałe centrum głębokiego mrożenia, które działa od sierpnia 2023 r., zastępuje osiem zewnętrznych i wewnętrznych magazynów głębokiego mrożenia i zmniejsza dotychczasową emisję CO₂ o połowę. Większość procesów etykietowania i kompletacji świeżych, pakowanych pro-

duktów (z wyjątkiem owoców morza) przeznaczonych do sprzedaży detalicznej jest scentralizowana w Oensingen. Koncentrując się na takiej centralizacji, można jeszcze bardziej skrócić czas realizacji zamówień.

Uruchomienie: zakłady zostaną uruchomione pod koniec 2025 r., a następnie będą stopniowo zwiększać swoje zdolności produkcyjne. Centrum głębokiego mrożenia działa pełną parą od połowy 2024 roku.

Ważny fakt: ponieważ nowe zakłady w Oensingen znacząco zmienią procesy logistyczne dla całej szwajcarskiej firmy Bell, w procesy restrukturyzacyjne zaangażowane zostaną wszystkie istniejące zakłady. W przyszłości nie będą już zaopatrywać bezpośrednio klientów, ale wszystko będzie trafiać do zakładów przy Südringstrasse. Muszą zatem dostosować swoje wewnętrzne procesy i zintegrować je z pracą nowego centrum logistycznego.

Bell Szwajcaria Ubojnia bydła w Oensingen



Nowa ubojnia bydła w Oensingen zastąpi istniejącą ubojnię. Dotychczasowy zakład już od lat działa na pełnych obrotach. Ponadto stary system dotarł do końca planowanego okresu użytko-

wania. Pod względem dobrostanu zwierząt, higieny i procesów nowa ubojnia wyznaczy nowe standardy w całej Europie.

Uruchomienie: do końca 2025 r.

Czy wiesz, że... podjęto szereg działań mający na celu zminimalizowanie stresu u zwierząt przed i w trakcie procesu uboju. Wykorzystano m.in. wiedzę amerykańskiej badaczki zwierząt Temple Grandin. Ta znana naukowczyni, która jest bardzo zaangażowana w dobrostan zwierząt, dzieli się swoją wiedzą z firmami przetwórstwa mięsnego na całym świecie. Aby uspokoić zwierzęta przed ubojem, nowa ubojnia będzie miała system chłodzący, co ma zmniejszyć ich stres, szczególnie w miesiącach letnich. Lekkie nachylenie trasy uboju daje z kolei bydłu poczucie bezpieczeństwa. Zwrócono również uwagę na kolorystykę budynku, antypoślizgową podłogę, oświetlenie i możliwie najcichszy hałas w tle.

W porównaniu z poprzednimi projektami budowlanymi, które były realizowane przez poszczególne jednostki w odizolowaniu, takie projekty stanowią cenną wiedzę dla całej Bell Food Group.

Bell Hiszpania

Zakład produkcyjny szynki serrano w Fuensalidzie



W ramach strategii rozwoju Grupy Bell w Hiszpanii, która koncentruje się na dwóch głównych celach – własnej produkcji szynki iberyjskiej i kiełbas iberyjskich oraz zwiększeniu mocy produkcyjnych szynki serrano – podjęto decyzję o rozbudowie zakładów produkcyjnych. Po kilku latach znaczącego wzrostu sprzedaży marki Sánchez Alcaraz, firma

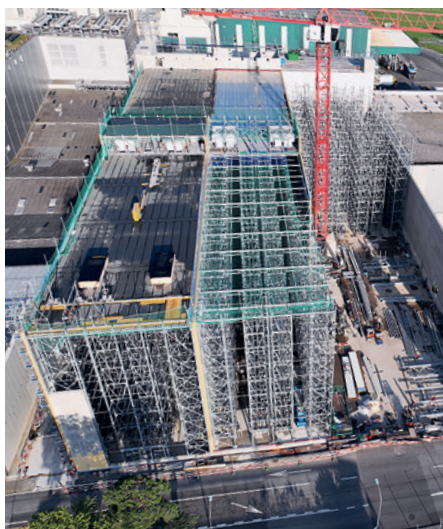
zdecydowała się na zakup i budowę nowych fabryk. W kwietniu 2017 r. spółka nabyła w Azuadze suszarnię dla szynki i kiełbas iberyjskich od firmy Nobleza Ibérica. W tym samym roku rozpoczęła się budowa nowego zakładu w Fuensalidzie, który został uruchomiony w drugim kwartale 2019 roku.

Uruchomienie: 2019

Ciekawostka: Bell Hiszpania produkuje szynkę serrano w nowym zakładzie produkcyjnym o powierzchni 26 000 metrów kwadratowych. Proces odkostniania odbywa się na 32 liniach automatycznych i 10 liniach ręcznych. Obiekt obejmuje również dwie linie krajalnicze, 32 stacje solenia, 22 piwnice i 10 suszarni. Roczna moc produkcyjna wynosi ponad 1 milion sztuk.

Hilcona

Rozbudowa w Schaan



Dzięki rozbudowie zakładu Hilcona w Schaan powstała dodatkowa przestrzeń produkcyjna, umożliwiająca zwiększenie mocy produkcyjnych i wytwarzanie nowego asortymentu produktów. Oprócz wprowadzenia usprawnień logistycznych na terenie fabryki, plan generalny przewiduje dalsze inwestycje w celu optymalizacji wykorzystania zasobów. Obejmuje to nową koncepcję

odwadniania ze zrównoważoną oczyszczalnią ścieków i systemem fotowoltaicznym. Powierzchnia dachu zostanie intensywnie zazieleniona. Energia słoneczna będzie również wykorzystywana do obsługi budynku, w ramach której systemy grzewcze z pompami ciepła i systemy odzysku ciepła zapewnią ogrzewanie lub chłodzenie w zależności od potrzeb.

Uruchomienie: pierwsza połowa 2025 r.

Pamiętaj: konstrukcja dachu została zaprojektowana na zasadzie zielonego dachu meandrowego. Odtworzenie krętego biegu rzeki opóźnia odprowadzanie wód opadowych do kanalizacji i tym samym odciąża ją. Rozległy zielony dach będzie gromadzić wodę deszczową i powoli ją oddawać. Zielone dachy mają również pozytywny wpływ na jakość powietrza i bioróżnorodność oraz stanowią siedlisko dla owadów i innych zwierząt.

Z punktu widzenia zrównoważonego rozwoju, zaprezentowane działania budowlane koncentrują się na zwiększeniu efektywności energetycznej, wykorzystaniu potencjału ciepła odpadowego i zastosowaniu odnawialnych źródeł energii.

Jak my Bell Food Group pomaga
w codziennym życiu w Eisberg na Węgrzech

PRAWIE WSZYSCY



ZAINSTALOWALI

Aplikacja my Bell Food Group została wdrożona w prawie wszystkich lokalizacjach – zainstalowało ją około 50 procent użytkowników. W zakładzie Eisberg w węgierskim Gyál liczba ta wynosi nawet ponad 90 procent pracowników. Laura Spielmann z lokalnego zespołu projektowego opowiada o tym, jak korzystają z aplikacji na co dzień.

Jaka jest wartość dodana aplikacji?

Dzięki aplikacji mamy mniej e-maili. Teraz używamy ich jeszcze tylko do zadań. Z kolei informacje przesyłamy wyłącznie przez aplikację – i od razu widzimy, do ilu pracowników udało nam się dotrzeć. Dzięki temu mamy również mniej papierkowej roboty, co nas bardzo cieszy z perspektywy zrównoważonego rozwoju! Ponadto ankiety są świetnym sposobem na zbieranie opinii na różne tematy.

Jak wyglądała sytuacja przed wprowadzeniem aplikacji?

Już wcześniej mieliśmy chatbota, a ważne informacje przesyłaliśmy e-mailem oraz w formie papierowej w wyznaczonym do tego obszarze w firmie.

Do czego głównie jest wykorzystywana aplikacja?

Za pośrednictwem aplikacji rozsyłamy nasze grafiki zmian. Jest to szczególnie ważne dla pracowników. Ponadto za pośrednictwem aplikacji przekazujemy ogólne informacje dotyczące wszystkich pracowników, a także zdjęcia i wiadomości od współpracowników.

Jak to się stało, że ponad 90 procent pracowników zainstalowało aplikację?

Właściwie mogłoby być ich jeszcze więcej. Obecnie kilku współpracowników jest dłużej nieobecnych z powodu choroby lub urlopu macierzyńskiego. Dlatego jeszcze nie osiągnęliśmy 100 procent (śmiech).

Start i pierwszą rejestrację przeprowadziliśmy podczas naszego letniego festynu. Dzięki temu wszyscy byli na miejscu, a my mogliśmy od razu pomóc, jeśli ktoś miał jakiegokolwiek problemy.



Laura Spielmann pracuje jako kierownik ds. marketingu i komunikacji korporacyjnej Eisberg i dodatkowo wspiera Eisberg Węgry w różnych kwestiach.

Jakieś porady dla zakładów z niższym wskaźnikiem aktywacji?

Informacje muszą być naprawdę użyteczne dla pracowników. Ponadto bardzo ważne są osobista obecność i wsparcie ze strony kierownictwa firmy. Jeśli sami nie korzystamy z aplikacji, nie możemy też oczekiwać, że pracownicy będą jej używać.

Poza tym należy dostosować się do codziennej rutyny współpracowników. Nasze wpisy publikujemy często podczas dwóch przerw, o godzinie 10:00 i 13:00. Również początek zmiany jest dobrym momentem. Informacje o zmianach publikujemy zawsze w piątki.

Czy napotkaliście również wyzwania?

Mieliśmy już wcześniej chatbota, który podobał się pracownikom, i musieliśmy przekonać ich do nowego rozwiązania. Ponadto były marki telefonów komórkowych, w przypadku których trudniej było pobrać aplikację. A starsze osoby potrzebowały trochę więcej wsparcia niż młodszy pracownicy.

I co teraz?

Chciałabym włączyć do aplikacji więcej wewnętrznych procesów. Na szczęście mamy przy tym wsparcie ze strony pracowników. Teraz, gdy aplikacja stała się częścią ich codziennego życia, planuję wkrótce poprosić ich o opinię i dać im możliwość zgłaszania pomysłów na funkcje lub procesy, które chcieliby zobaczyć w aplikacji. • sh

SERDECZNE GRATULACJE

Z OKAZJI ZAKOŃCZENIA PRAKTYK



Hilcona

Od lewej: Bruna Pereira, Jennifer Külling, Valentina Blumenthal, Gian Kunz (biała koszulka).
Z przodu: Jan Hagmann, Florin Nold, Davide Zicchillo. Z tytu: Agon Bajrami, Juan Riveiro, Denys Tarasenko

VALENTINA BLUMENTHAL

«Szczególnie pamiętam akcję z paczkami świątecznymi. Byłam dumna widząc, że udało nam się uszczęśliwić innych ludzi.»

JENNIFER KÜLLING

«Moja rada dla nowych praktykantów: skupcie się na bieżących ocenach. Nawet jeśli jest to żmudne, ucztujcie w szkole, ponieważ w momencie zakończenia programu praktyk, jak się ma dobre oceny, odchodzi połowa stresu.»

GIAN KUNZ

«Podobała mi się różnorodność tego programu, ponieważ mogłem zapoznać się z wieloma zadaniami i zdobyć doświadczenie w aż sześciu działach. Byłem szczególnie dumny, gdy otrzymałem mój EFZ (przyp. tłum. certyfikat kwalifikacji zawodowych w Szwajcarii). Moja rada dla przyszłych praktykantów: Bądźcie uprzejmi i ciescie się tym, co tu i teraz. Byłem zaskoczony tym, jak szybko minęły moje praktyki i jak wiele się nauczyłem.»



Bell Niemcy

Od lewej: Cinja Janssen, Lisa Jürgensen i Maximilian Pietrass. Nieobecni na zdjęciu: Vanessa Bley, Fynn Noormann i Justin Schelte

JULIA KIRN

«Kształcenie w zawodzie pracownika administracyjnego w sektorze przemysłowym to idealne rozpoczęcie kariery. W ciągu trzech lat poznaliśmy pracę różnych działów, procesy i środowiska, co jest cenne dla naszej przyszłej drogi zawodowej.»

CAMELIA PARASCHIVA

«Praktyki w Hügli były ekscytującą podróżą pełną cennych doświadczeń. Moja rada. Zawsze bądźcie zainteresowani i otwarci na nowe pomysły, aktywnie zadawajcie pytania i angażujcie się!»

JAN HAGMANN

«Szczególnie podobała mi się różnorodność i możliwość dogłębnego poznania Hilcony. Event dla praktykantów, podczas którego musieliśmy stworzyć i zaprezentować burgera, szczególnie zapadł mi w pamięć. Moja rada dla przyszłych praktykantów: angażujcie się w naukę, a osiągnięcie nie jeden sukces podczas odbywania praktyk.»

LIVIA SCHWENDENER

«Podobały mi się obozy dla praktykantów, ponieważ wzmacniały ducha zespołu i były źródłem wspaniałych doświadczeń. Praktyki w różnych działach były również cenne, ponieważ mogłem się wiele nauczyć. Szczególnie doceniam serdeczność i pomocność pracowników.»



Eisberg Szwajcaria
Sara Tomic

Aktualni absolwenci praktyk

Ich program praktyk zakończył się latem 2024 roku

Eisberg, Dällikon (CH):	Bell, Edewecht (DE):
Sara Tomic • Pracownik administracyjny EFZ	Vanessa Bley • Specjalista ds. technologii żywienia
Hügli, Radolfzell (DE):	Bell, Sevetal (DE):
Dennis Foos • Specjalista ds. logistyki magazynowej	Cinja Janssen • Studia dualne z zakresu ekonomiki przedsiębiorstwa i przemysłu/pracownik administracyjny w sektorze przemysłowym
Alexander Götting • Mechatronik	Lisa Jürgensen • Pracownik administracyjny w sektorze przemysłowym
Nina Heidemann • Studia dualne z zakresu ekonomiki przedsiębiorstwa w sektorze przemysłowym	Maximilian Pietrass • Studia dualne z zakresu ekonomiki przedsiębiorstwa/Pracownik administracyjny w sektorze przemysłowym
Julia Kirn • Handlowiec przemysłowy z dod. kwalifikacjami w zarządzaniu przedsiębiorstwem międzynarodowym	Hügli, Steinach (CH):
Judith Künz • Handlowiec przemysłowy z dod. kwalifikacjami w zarządzaniu przedsiębiorstwem międzynarodowym	Fabrice Betschart • Pracownik administracyjny EFZ
Leo Meindl • Mechatronik	Bleron Hebibi • Logistyk EFZ
Camelia Paraschiva • Studia dualne z zakresu ekonomiki przedsiębiorstwa w sektorze przemysłowym	Meltem Önel • Pracownik administracyjny EFZ
Sinah Sprissler • Handlowiec przemysłowy z dod. kwalifikacjami w zarządzaniu przedsiębiorstwem międzynarodowym	Silvan Schawalder • Technolog żywności EFZ
Vanessa Wildschütz • Handlowiec przemysłowy z dod. kwalifikacjami w zarządzaniu przedsiębiorstwem międzynarodowym	Florian Thomi • Logistyk EFZ
Hilcona, Schaan (FL):	Bell, Bazylea (CH):
Valentina Blumenthal • Pracownik administracyjny,	Fabian Bee • Specjalista ds. informatyki biznesowej Data Science
Jan Hagmann • Technolog żywności	Monica Fankhauser • Pomoc biurowa EBA
Jennifer Külling • Pracownik administracyjny	Lilian Keil • Studentka ekonomiki przedsiębiorstwa w sektorze zarządzania zasobami ludzkimi
Gian Kunz • Pracownik administracyjny	Miguel Kestholz • Informatyk, programista aplikacji EFZ
Florin Nold • Automatyk	Butrint Nazifi • Pracownik administracyjny EFZ
Juan Riveiro • Operator urządzeń	Bell, Oensingen (CH):
Livia Schwendener • Stażysta w dziale IT ICT	Mike Allemann • Technik mechanik EBA
Denys Tarasenko • Operator urządzeń	Allan Barbosa • Specjalista w zakresie obróbki mięsa EFZ
Davide Zicchillo • Logistyk	Fawad Haidari • Asystent specjalisty w zakresie obróbki mięsa EBA
Hilcona Taste Factory, Landquart (CH):	Jana Kullacova • Logistyk EFZ
Agon Bajrami • Logistyk	Muhamad Muhamad • Mechanik produkcji EFZ
Belmin Hodzic • Logistyk	Anna Piaseczna • Praktykantka w sektorze spożywczym EBA
Bruna Pereira • Praktykantka w sektorze spożywczym	Christian Savoldi • Asystent specjalisty w zakresie obróbki mięsa EBA
Bell, Harkebrügge (DE):	Lars Scheduling • Mechanik produkcji EFZ
Fynn Noormann • Mechanik przemysłowy	Bell, Zell (CH):
Justin Schelte • Elektronik inżynierii przemysłowej	Alessio Arieta • Kucharz EFZ
	Curt Francis • Operator urządzeń EFZ
	Abdullah Jalali • Specjalista ds. utrzymania zakładu EBA
	Nikola Stoilov • Praktykant w sektorze spożywczym

**Bell Szwajcaria**

Od lewej: Abdulla Jalali, Monica Fankhauser, Allan Barbosa, Lilian Keil, Mike Allemann, Fawad Haidari, Butrint Nazifi, Christian Savoldi, Alessio Arieta, Muhamad Muhamad. Nieobecni na zdjęciu: Miguel Kestenholz, Fabian Bee, Nikola Stoilov, Anna Piaseczna, Lars Scheduling, Jana Kullacova, Curt Francis

FABRICE BETSCHART

«Najbardziej podobała mi się różnorodność, ponieważ mogłem doświadczyć pracy we wszystkich działach. Wiele mnie to nauczyło.»

**Hügli Niemcy**

Od lewej: Leo Meindl, Alexander Götting, Julia Kirn, Judith Künz, Sinah Sprissler, Vanessa Wildschütz

**Hügli Niemcy**

Od lewej: Camelia Paraschiva, Nina Heidemann

SINAH SPRISLER

«Moje praktyki minęły mi pod znakiem różnorodnych doświadczeń, takich jak event dla praktykantów, pobyt za granicą i Outward Bound (wyjazd integracyjny). Dzięki Hügli i wielu wyjątkowym osobom mogłam poznać całą firmę, zarządzać projektami i rozwijać się zarówno w sferze osobistej, jak i zawodowej. Czas szybko minął i naprawdę doceniam każde doświadczenie, każdą naukę i każdą nową znajomość.»

JUDITH KÜNZ

«Jestem dumna z naszego rozwoju podczas programu praktyk, zwłaszcza z czasu spędzonego za granicą, który pozwolił mi rozwinąć się nie tylko zawodowo. Moja rada dla przyszłych praktykantów: bądźcie otwarci na nowe doświadczenia i zadania. Ciekawość i chęć uczenia się są kluczowe dla rozwoju.»

**Hügli Szwajcaria**

Od lewej: Bleron Hebbi, Silvan Schawalder, Florian Thomi, Fabrice Betschart, Meltem Önel

MELTEM ÖNEL

«Radziłbym przyszłym praktykantom, aby się nie stresowali. W Hügli nauczyłem się wszystkiego, czego potrzebowałem na starcie mojej drogi zawodowej.»

FLORIAN THOMI

«Interakcja z praktykantami była bardzo dobra, z kolei presja pracy nigdy nie była zbyt duża. A atmosfera pracy była wręcz doskonała. Fajnie było pracować na swój własny rachunek i doceniać wszechstronność tego doświadczenia.»

WITAMY NA DRODZE KU KARIERZE

Nowi uczestnicy praktyk

Ich program praktyk zaczyna się latem 2024 roku

Eisberg, Dällikon (CH):	Hügli, Steinach (CH):
Msukwa Joel • Praktykant w sektorze spożywczym EBA	Mattia Altavilla • Technolog żywności EFZ
Veseli Leonit • Logistyk EFZ	Ruben Barros Ruben • Logistyk EFZ
Hajo Rohin • Pracownik administracyjny EFZ	Dominic Meier • Technolog żywności EFZ
Hügli, Radolfzell (DE):	Felipe Salguero • Pracownik administracyjny EFZ
Mohammad Alabassi • Operator maszyn i urządzeń	Alea Sherifi • Pracownik administracyjny EFZ
Ariane Dosch • Studia dualne z zakresu ekonomiki przedsiębiorstwa w sektorze zarządzania żywnością	Bell, Bazylea (CH):
Malina Egle • Studia dualne z zakresu ekonomiki przedsiębiorstwa w sektorze przemysłowym	Ege Aksin • Automatyk EFZ (z maturą zawodową)
Leonie Grunick • Pracownik administracyjny w sektorze przemysłowym z dodatkowymi kwalifikacjami w zarządzaniu przedsiębiorstwem międzynarodowym	Leo Balaszekul • Mechanik produkcji EFZ
Lea Kaletta • Studia dualne z zakresu ekonomiki przedsiębiorstwa w sektorze zarządzania personelem	Mathys Buser • Automatyk EFZ
Paul Kuschminder • Pracownik administracyjny w sektorze przemysłowym z dodatkowymi kwalifikacjami w zarządzaniu przedsiębiorstwem międzynarodowym	Csilla Demenscu • Technolog żywności EFZ
Yannis Kutscher • Specjalista IT ds. integracji systemów	Jeremias Ender • Student kierunku ekonomiki przedsiębiorstwa w sektorze zarządzania personelem
Mia Thoma • Studia dualne z zakresu ekonomiki przedsiębiorstwa w sektorze przemysłowym	Samira Hasler • Pracownik administracyjny EFZ w sektorze usług i administracji
Hilcona, Schaan (FL):	Brian Kihara • Informatyk EFZ w sektorze rozwoju aplikacji
Tazio Jeremia Althaus • Logistyk	David Leon • Brülisauer, Pracownik administracyjny EFZ w sektorze usług i administracji
Mirjam Andenmatten • Technolog żywienia	Samuel Pischel • Mechanik produkcji EFZ
Katalin Agnes Boronkay • Technolog żywienia	Florian Rickenbacher • Specjalista w zakresie obróbki mięsa EFZ
Simon Elia Congiu • Pracownik administracyjny	Arianit Selimi • Informatyk EFZ w sektorze rozwoju aplikacji
Matteo Julian Gstöhl • Pracownik administracyjny	Artur Steer • Student kierunku Data Science & AI
Leon Michael Idler • Logistyk	Bertalan Szabo • Specjalista w zakresie ICT EFZ
Nicole Magisano • Pracownik administracyjny	Sheila Theurer • Asystent specjalisty w zakresie obróbki mięsa EBA
William Munksgaard • Technologia informacyjna ICT	Borja Troncoso • Specjalista w zakresie obróbki mięsa EFZ
Nando Antonio Potenza • Technologia informacyjna ICT	Sebastian Wittlin • Automatyk EFZ
Vaia Potolidis • Technolog żywności	Bell, Zell (CH):
Hassan Sas • Praktykant w sektorze spożywczym	Fynn Bracher • Kucharz EFZ
Hilcona Taste Factory, Landquart (CH):	Bell Oensingen (CH):
Elion Mecinaj • Logistyk	Deniz Biret • Mechanik produkcji EFZ,
Abraham Weldedaniel • Logistyk	Roni Dakaj • Mechanik produkcji EFZ
Bell, Harkebrügge (DE):	David Gygax • Specjalista w zakresie obróbki mięsa EFZ
Jonas Fey • Specjalista ds. logistyki magazynowej	Oliver Husi • Specjalista w zakresie obróbki mięsa EFZ
Lucas Poppen • Elektronik inżynierii przemysłowej	Arvanit Krasniqi • Mechanik produkcji EFZ,
Daria Sulima • Elektronik inżynierii przemysłowej	Kylie Rodrigues Maias • Praktykant w sektorze spożywczym EBA
Gabriel Michaelis • Pracownik administracyjny w sektorze przemysłowym	Mayooran Mahendran • Asystent specjalisty w zakresie obróbki mięsa EBA
Thorben Nühse • Pracownik administracyjny w sektorze przemysłowym	Florian Nussbaum • Specjalista w zakresie obróbki mięsa EFZ
Finn Schmidtke • Studia dualne z zakresu ekonomiki przedsiębiorstwa/Pracownik administracyjny	Luca Ulber • Logistyk EFZ
	Geiser, Schlieren (CH):
	Kosta Meyer • Specjalista rzeźnik EFZ
	Sasa Trisic • Specjalista rzeźnik EFZ

Nowoczesna rekrutacja przyciąga coraz więcej kandydatów i kandydatek

Sukces dzięki aktywnemu podejściu

Bell Food Group wprowadziła nowe zasady mające na celu usprawnienie procesu rekrutacji: «active sourcing», czyli aktywne docieranie do odpowiednich kandydatów. Maria Horvath stworzyła ten dział od podstaw w lutym 2023 roku. W wywiadzie dla LOOK! wyjaśnia, co kryje się za tym nowoczesnym sposobem rekrutacji.



Maria Horvath, menedżer ds. pozyskiwania talentów w Bell Food Group w Bazylei

Co należy rozumieć przez «aktywny sourcing»?

«Active sourcing» to nowoczesny sposób na pozyskanie odpowiednich kandydatów i kandydatek. To my aktywnie poszukujemy odpowiednich osób na dane stanowisko i zwracamy się do nich bezpośrednio za pośrednictwem różnych kanałów. W przeszłości wystarczyło po prostu zamieścić ogłoszenie o pracę i czekać, aż ktoś się odezwie. Takie podejście sprawdzało się dobrze jeszcze dziesięć lat temu. Dziś jednak sytuacja na

«Dziś jednak sytuacja na rynku pracy jest zgoła inna.»

rynku pracy jest zgoła inna. Liczba wakatów jest znacznie wyższa niż liczba dostępnych wykwalifikowanych pracowników. Osoby poszukujące pracy często mogą wybierać spośród kilku ofert. I my jesteśmy po to, aby pozyskać te osoby dla naszej firmy.

Jak przebiega wyszukiwanie kandydatów?

Najpierw otrzymujemy wymagania od HR lub konkretnego działu, który ma do obsadzenia wolne stanowisko. Następnie zaczynamy poszukiwania. Ważnym źródłem jest dla nas profesjonalna sieć społecznościowa LinkedIn, która liczy ponad 24 miliony użytkowników w samym regionie krajów niemieckojęzycznych. Filtry tej platformy pomagają nam zawęzić grono potencjalnych specjalistów według umiejętności, doświadczenia i lokalizacji. Następnie wykorzystujemy dostępny komunikator, aby napisać do osób, które uważamy za odpowiednie na dane stanowisko. Informujemy, że chcielibyśmy porozmawiać z nimi o ewentualnym zatrudnieniu w Bell Food Group. Jeśli ktoś jest zainteresowany, umawiamy się na rozmowę telefoniczną, podczas której szybko staje się jasne, czy dana osoba, z którą się skontaktowaliśmy jest odpowiednia. Jeśli wszystko pójdzie dobrze, wówczas rozpoczyna się właściwy proces rekrutacji.



Więć od razu mówicie, o którą firmę chodzi?

Tak, dokładnie. Takie otwarte podejście jest bardzo dobrze przyjmowane. Ludzie doceniają fakt, że zwraca się do nich bezpośrednio firma, która poszukuje kogoś do pracy dla siebie, a nie jakaś agencja. Niektóre osoby od samego początku mówią nam, że nie chcą współpracować z pośrednikami. Jako wewnętrzny dział, zdecydowanie mamy tutaj dużą przewagę. Ważne jest, aby pamiętać, że większość osób, do których się zwracamy, nawet nie wie jeszcze, że chce apliko-

wać. Musimy więc obudzić w nich motywację do zmian. Dlatego prowadzimy wiele działań marketingowych związanych z uatrakcyjnieniem naszej firmy jako pracodawcy.

Czy po półtora roku możecie już wysunąć jakieś wnioski, jak skuteczne jest takie aktywne podejście?

Wskaźnik skuteczności jest bardzo wysoki. Udało nam się obsadzić ponad 60 stanowisk, a 19 z nich obsadziliśmy właśnie dzięki «aktywnemu sourcingowi». Pozwoliło nam to zaoszczędzić kilkaset tysięcy franków na zewnętrznych kosztach headhuntingu.

«Wskaźnik skuteczności jest bardzo wysoki.»

Od lutego 2023 roku nasz zespół nie tylko się podwoił, ale i potroił. Pietro Calvagna (po lewej) i Cédric Martin dołączyli do zespołu Marii Horvath, obaj jako specjaliści ds. pozyskiwania talentów.

«Obecnie planujemy relaunch naszej strony internetowej poświęconej karierze.»

gu. Dzięki naszemu wsparciu przy pasywnych ogłoszeniach o pracę udało nam się przyczynić do tego, że znaleziono osoby na pozostałe stanowiska. Wyzwania pojawiają się na przykład, gdy szukamy specjalistów w obszarze SAP lub w mniej atrakcyjnych lokalizacjach. Niedawno poproszono nas o znalezienie kogoś w ciągu jednego

tygodnia, i nam się to udało. Tak zwany «time to hire», czyli czas od rozpoczęcia poszukiwań do przyjęcia pracownika, wynosi średnio około dziesięciu tygodni. Myślę, że jednym z czynników naszego sukcesu jest nowoczesne i bardzo spersonalizowane podejście. Zrezygnowaliśmy też z tonu formalnego naszych wypowiedzi i zaczęliśmy zwracać się do kandydatów i kandydatek na «ty». Spotkało się z bardzo pozytywnym feedbackiem.

To w jakich obszarach jesteście teraz aktywni?

W zeszłym roku wprowadziliśmy «aktywny sourcing» do IT. Było to bardzo dobre posunięcie, dzięki któremu udało nam się obsadzić wiele stanowisk, zwłaszcza na rynku szwajcarskim. W międzyczasie nasz zespół powiększył się do trzech osób: w kwietniu 2023 r. do zespołu dołączył Cédric Martin, który koncentruje się na rekrutacji do działu produkcji i technologii. Z kolei w maju pojawił się Pietro Calvagna, który jest odpowiedzialny za IT i HR. Obecnie ograniczamy nasze aktywne podejście do rekrutacji do krajów niemieckojęzycznych. Z całą pewnością kryje się w tym duży potencjał i mamy nadzieję, że w przyszłości będziemy w stanie zaimplementować to podejście także w innych obszarach.

Po raz kolejny wśród najlepszych

Wiosną tego roku Bell Food Group po raz trzeci otrzymała nagrodę dla najlepszego rekrutera. Zwyciężyła w kategorii produkcji żywności i dóbr konsumpcyjnych i otrzymała złotą nagrodę. W ogólnym rankingu dla Szwajcarii i Liechtensteinu zajęła 17. miejsce, awansując o dziewięć pozycji w porównaniu z poprzednim rokiem.

Best Recruiters sprawdza metody rekrutacji najlepszych pracodawców w regionie niemieckojęzycznym od 2010 roku i obecnie publikuje najbardziej kompleksowe naukowe badania w zakresie rekrutacji w tym regionie. W roku akademickim 2023/2024 zespół ekspertów zebrał dane dotyczące ponad 320 kryteriów związanych z procesem aplikacji.



Döne Bal, Finn Kröling i Margarita Steg z HR Bell Szwajcaria otrzymali Złoty Medal dla Najlepszych Rekruterów w ogólnym rankingu producentów żywności i dóbr konsumpcyjnych w Szwajcarii i Liechtensteinie w kwietniu 2024 roku.

Bell Food Group po raz kolejny otrzymała nagrodę dla najlepszego rekrutera. Co ta nagroda oznacza dla was?

Jesteśmy bardzo dumni, że w tym roku ponownie zdobyliśmy tę nagrodę. Wykorzystujemy ją również między innymi w naszych ogłoszeniach o pracę. Naszym celem jest znalezienie się w pierwszej dziesiątce ogólnego rankingu dla Szwajcarii i Liechtensteinu. Współpracujemy również z ekspertami z Best Recruiters i dostaliśmy od nich m.in. wskazówki, co możemy zrobić lepiej. Wciąż widzimy potencjał na przykład w naszej stronie poświęconej karierze. W tym celu planujemy relaunch. Będzie dużo nowocześniejszy design, zawierający więcej materiałów graficznych i wideo. Chcemy również poszerzyć naszą komunikację o to, jak pracujemy. Zamierzamy pokazać, jak łączymy wysokiej jakości żywność, najnowocześniejsze procesy produkcyjne oraz przystępny styl zarządzania międzynarodową grupą opierający się na płaskiej hierarchii. Nad tym aktualnie pracujemy. • *mr*



Bell Food Group staje się coraz większą rodziną

Rozwijamy się razem

Sześć obszarów biznesowych, 15 krajów, 65 zakładów i ponad 13 000 pracowników – gdyby Bell Food Group była puzzlami, składałyby się one z wielu części do połączenia. Piękne w tym jest to, że te puzzle to wspólny projekt, w którym wszyscy mają wkład w to, że wszystko idealnie do siebie pasuje. Dobrych przykładów nie trzeba długo szukać. • *mr*

Cel: z wielu pojedynczych części ma powstać jedna wielka całość.

W ciągu ostatnich lat w grupie przedsiębiorstw, którą dziś nazywamy Bell Food Group, miało miejsce wiele «pierwszych razów». Pierwsi nowi członkowie spoza Szwajcarii, wejście w segment convenience, pierwszy wspólny udział w targach, utworzenie ponaddziałowych Centrów Kompetencji czy pierwsze zakłady, które rozpoczęły realizację projektu TopX. A tę listę można by jeszcze uzupełnić o niezliczone inne debiuty.

Z tym wiązały się pierwsze spotkania ludzi, którzy wcześniej w ogóle się nie znali lub spotykali się jedynie jako klienci, dostawcy czy konkurenci.

Cel był postawiony jasno od samego początku: z tych wielu pojedynczych części ma powstać jedna wielka całość. Grupa o wspólnych wartościach, w której budowane są sieci i efektywnie wykorzystywane są efekty synergii. Rodzina, która nie tylko będzie razem rosnąć, ale także się połączy.

Wiele rąk pracuje dziś nad tym, aby te puzzle dało się dalej układać. Przyczyniają się do tego zarówno projekty obejmujące całą grupę, jak i współpraca pomiędzy poszczególnymi obszarami biznesowymi czy działami. LOOK! zebrał niektóre z tych przykładów.





Przemysł Hügli Food
Kiedy wszyscy odnoszą korzyści

Dzięki połączeniu z firmą Hügli w 2018 roku członkowie Bell Food Group zyskali wewnętrzne źródło dressingów sałatkowych, aromatów i sosów w ramach działu Food Industry.

Była to nowa sytuacja, która początkowo stanowiła wyzwanie dla obu stron. Obszary biznesowe musiały zrezygnować z wieloletnich relacji z dostawcami na rzecz nowego członka grupy, a eksperci Hügli ds. Food Industry nie byli pewni, czego się spodziewać, na przykład w kwestii ilości czy procesów opracowywania produktów.

«Lody trzeba było najpierw przełamać», relacjonuje Francesco Poerio, Kierownik Działu Marketingu Food Industry w Hügli. «Ale szybko wszyscy dostrzegliśmy, jaka wartość dodana płynie z przynależności do grupy.»

To, co zaczęło się od pierwszych spotkań inauguracyjnych i wymiany list produktów, rozwinęło się dziś w szeroką współpracę zespołu Food Industry w Hügli z obszarami biznesowymi Bell Food Group.

«Zaczęło się od wymiany list produktów.»



Francesco Poerio, Kierownik Działu Marketingu Food Industry w Hügli

W ten sposób Hilcona otrzymuje od swojej siostrzanej firmy między innymi dressingi, sosy do kanapek oraz płatki musli. Aby dostarczać firmie Eisberg porcjowane sosy sałatkowe, firma Hügli zakupiła nawet urządzenie do napełniania w opakowania typu stick.

Obszary biznesowe korzystają przy tym z wysokich standardów kulinarnych, silnego ukierunkowania na klienta oraz wielu modnych pomysłów, które współpracownicy z Food Industry prezentują na regularnych spotkaniach poświęconych innowacjom.

«W zamian za to zyskujemy bardzo cenną wiedzę dzięki bliskiej współpracy. Uzyskujemy przy tym dokładny wgląd w procesy produkcyjne, do których nie mamy dostępu w przypadku klientów zewnętrznych», wyjaśnia Ana Argudo, Key Account Manager w dziale Food Industry w Hügli.

Dla niej i Francesco Poerio jest jasne: poprzez wspólne projekty i intensywną wymianę doświadczeń w ciągu ostatnich lat wszyscy zaangażowani zbliżyli się do siebie, co sprawiło, że teraz mają poczucie przynależności do jednej wielkiej rodziny.

Organizacja eksportowa
Wspólne występowanie na arenie międzynarodowej

Koordynowanie działań, przekazywanie informacji i nawiązywanie kontaktów – tak w skrócie można opisać zadania organizacji eksportowej.

Składająca się z przedstawicieli działów eksportu poszczególnych obszarów biznesowych Bell Food Group, od pięciu lat zajmuje się optymalizacją działalności międzynarodowej grupy.

Członkowie zespołu spotykają się od trzech do czterech razy w roku, stacjonarnie lub wirtualnie, aby wymieniać się informacjami na temat rozwoju biznesu w ostatnich miesiącach, bieżącej sytuacji na rynku czy nowych zagadnień.

«Ale również w międzyczasie sięgamy po telefon. Ponieważ bardzo dobrze się znamy, wiemy, którzy współpracownicy mogą pomóc w konkretnej sprawie», mówi Daniel Böhny, Kierownik Dywizji Bell Europa Zachodnia/Wschodnia oraz organizacji eksportowej. «Ważne jest przy tym, by pamiętać, że działamy tylko jako pośrednicy. Negocjacje każda jednostka prowadzi samodzielnie. Jednak fakt, że wszyscy jesteśmy częścią jednej dużej grupy, jest pomocny.»

To, jak blisko współpracują obszary biznesowe dzięki tej jednostce koordynacyjnej, pokazuje przykład targów spożywczych SIAL w Szanghaju zorganizowanych pod koniec maja tego roku: Bell Francja, jako firma z silną działalnością eksportową, była na nich obecna ze swoim stoiskiem – nie zapominając wcześniej poinformować o tym innych obszarów biznesowych i zaproponować im możliwości przedstawienia również swoich ofert.



Daniel Böhny, Kierownik Działu Eksportu w Bell International

Eisberg w Austrii i Polsce
Rozwiązywanie problemów w szybki sposób

Co zrobić, gdy budowa nowej linii do produkcji sałatek jest w pełnym toku, ale na życzenie klienta trzeba rozpocząć produkcję nowej, innowacyjnej sałatki w misce przed przewidzianym terminem? Odpowiedź na to pytanie wiosną tego roku wspólnie ze współpracownikami w Polsce znalazł zakład Eisberg w Marchtrenk.

Dyrektor Zarządzający Bartosz Brzoza szybko zapewnił swojego austriackiego kolegę, Franco Mühlgrabnera, o wsparciu ze strony swojego zespołu. W ten sposób zakład w Legnicy przejął produkcję sałatki w misce BBQ Mix 500 g dla dużego niemieckiego detalisty REWE od połowy kwietnia do końca maja.

«Franco Mühlgrabner oczywiście poinformował REWE o tymczasowym przeniesieniu produkcji do Polski», mówi Dominik Reichinger, Kierownik ds. sprzedaży świeżych produktów convenience w Eisberg Austria. «Ale wszystko przebiegło tak sprawnie dzięki temu, że klient nawet tego nie zauważył.»

Choć takie sytuacje zdarzają się bardzo rzadko, firma Eisberg jest na nie doskonale przygotowana: na przykład dwa razy w roku zakłady w Marchtrenk w Austrii i Gyál na Węgrzech przeprowadzają w ramach swojego planu awaryjnego wzajemne ćwiczenia, w których przejmują produkcję poszczególnych artykułów.

«Rzeczywista sytuacja na wiosnę pokazała nam, jak dobrze funkcjonuje praca zespołowa w naszej grupie», mówi Dominik Reichinger.





Anuga

«Wtedy byliśmy jeszcze inną «Bell»»

W 2013 roku ówczesna grupa Bell po raz pierwszy zaprezentowała się wspólnie na targach Anuga w Kolonii. Stephan Holst, Kierownik Działu Marketingu w Bell Niemcy, który wtedy odpowiadał za organizację stoiska, cofa się pamięcią do tamtych chwil.

Co szczególnego było w pierwszym wspólnym wystąpieniu grupy Bell na targach?

Wówczas byliśmy jeszcze inną «Bell», wyraźnie skupiającą się na produktach mięsnych i kiełbasach. Prezentowaliśmy marki produktowe Bell, Abraham, ZIMBO, Mōssieur Polette i Hoppe. Nasz zespół na stoisku pochodził ze wszystkich ówczesnych krajów działalności Bell, a niektórzy dzisiejsi współpracownicy odwiedzili nas już wtedy jako klienci, na przykład Christian Guggisberg, ówczesnie odpowiedzialny za zakupy w Coop, a obecnie kierownik Eisberg Szwajcaria.

Czy istniały jakieś różnice w przygotowaniach?

Tak, jak w latach poprzednich z marką Abraham, również w 2013 roku cała organizacja spoczywała na mojej koleżance Annett Illig i na mnie. Oczywiście potrzeba koordynacji

była trochę większa. Wówczas po raz pierwszy współpracowaliśmy z Davide Elią i Nicole Schaad z siedziby głównej Bell, którzy dostarczyli nam dach na stoisko z hasłem «Jakość łączy – marki grupy Bell» z Bazylei. Na szczęście od pierwszych wspólnych targów aż do dziś wszystko przebiegało dość sprawnie. Przypominam sobie jednak jeden mały incydent: ponieważ pewne drzwi przestały się otwierać, mój ówczesny szef i jakiś ważny kupiec zostali na krótko uwięzieni w sali konferencyjnej przy stoisku.

Jak do tej pory rozwinęły się koncepcja stoiska i współpraca?

Stoisko zmieniało się znacząco na przestrzeni lat i stało się jeszcze atrakcyjniejsze dzięki strefom do gotowania na żywo i degustacji. I chociaż współpraca z wszystkimi zaangażowanymi od samego początku była świetna, również ona się rozwijała. Po kilku wspólnych projektach w ostatnich latach zespoły targowe z różnych jednostek Bell Food Group czują się dziś niemal jak członkowie jednej rodziny.

«Wspólne wystąpienia na targach przebiegały dotąd zawsze sprawnie.»



Stephan Holst, Kierownik Działu Marketingu w Bell Niemcy

Rozwój personelu

Warsztat Zarządzania

Aby wspierać i łączyć kadry kierownicze, Bell Food Group od 2022 roku stawia między innymi na program Warsztat Zarządzania.

«Powołaliśmy ten program do życia, ponieważ chcieliśmy zaoferować naszym przyszłym liderom realną perspektywę rozwoju w naszej firmie w czasach niedoboru specjalistów», mówi Endrik Dallmann, Kierownik Działu HR w Bell Food Group.

Wiosną tego roku wystartowała już druga dziesięcioosobowa grupa. Tak, jak ich poprzednicy, ci uczestnicy przez półtora roku otrzymują narzędzia potrzebne do wykonania kolejnych kroków w swojej karierze.

Należą do nich nie tylko kursy dla wszystkich uczestników grupy, ale także elementy indywidualne, takie jak coaching czy mentoring. W planie znajdują się również spotkania z kierownikami z Bell Food Group, którzy dzielą się swoimi spostrzeżeniami z codziennego życia.

Na rozpoczęcie każdego Warsztatu Zarządzania grupa otrzymuje od kierownictwa grupy zadanie projektowe. Pierwsza grupa z powodzeniem opracowała koncepcję programu «Diversity and Inclusion» z naciskiem na promowanie kobiet na stanowiskach kierow-

«Otrzymują narzędzia potrzebne do dalszego rozwoju kariery.»

niczych. Program ten jest już z powodzeniem wdrażany. Druga grupa próbuje obecnie odpowiedzieć na pytanie, w jaki sposób Bell Food Group może podwoić liczbę swoich praktykantów i studentów na studiach dualnych do 2026 roku.

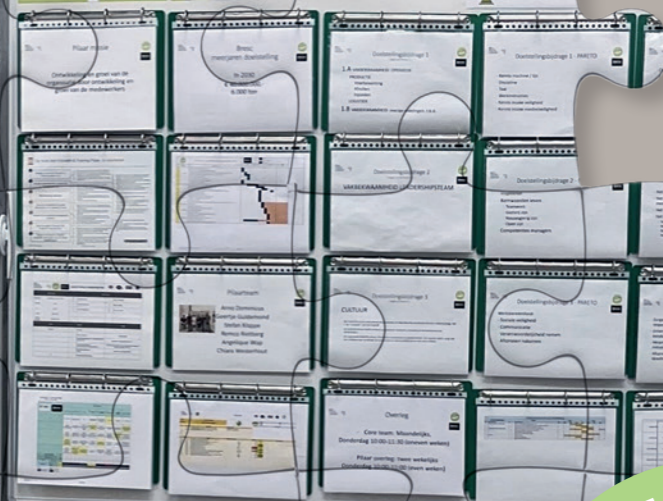
«Świadomie wybraliśmy trudne zagadnienia, których rozwiązanie jest ważne dla Bell Food Group. Ponadto tematy te zapewniają uczestnikom widoczność w kierownictwie, między innymi dzięki prezentacji wyników projektów podczas Szczytu Kadry Zarządzającej», wyjaśnia Endrik Dallmann. «Bardzo ważnym aspektem Warsztatu Zarządzania jest także networking uczestników, który sprzyja dalszemu zbliżeniu się w naszej firmie.»

Warsztat Zarządzania to dobry przykład tego, jak szkolenia wzmacniają spójność w Bell Food Group – choć oczywiście nie jest to jedyny sposób. «Już od wielu lat oferujemy programy szkoleniowe, w ramach których celowo umożliwiamy naszym współpracownikom z różnych działów biznesowych i zakładów spotkania, wymianę doświadczeń i budowanie sieci kontaktów», mówi Endrik Dallmann.



Od lewej: Katrin Beutelschiess, Kolja Stolze, Aleksandra Rowicka, Tim Loitzenbauer, Noémi Lageder-Wieser, Sybille Rausis-Ceré, Marie-Sophie Regueiro, Sandra Virginia Wohlwend

TopX



TopX

Czerpanie z wiedzy innych

Jednym z wzorcowych przykładów tematu zbliżania się do siebie w Bell Food Group jest program TopX. Wszystkie zakłady z ponad 50 pracownikami zostały już włączone w ten proces i współpracują ze sobą.

Wykorzystują to również nowicjusze, tacy jak Geiser w Schlieren. Zespół dostawcy produktów mięsnych dla branży gastronomicznej miał swoją inaugurację dopiero w marcu tego roku, ale już intensywnie pracuje nad osiągnięciem swoich kamieni milowych.

«Z naszego doświadczenia wiemy, że nowe zakłady szybko osiągają wyniki, ponieważ korzystają ze ustalonych standardów», mówi Michael Baumann, Kierownik Programu Top-Excellence w Bell Food Group. «Do standardów należą na przykład wizualizacje, jak również struktura spotkań w zarządzaniu na hali produkcyjnej, które nowe zakłady mogą przejąć jeden do jednego.»

Kolejnym krokiem będzie wdrożenie programu w zakładach z mniejszą liczbą pracowników. Pilotażowym zakładem będzie hiszpański zakład w Casarrubios del Monte. Dla niego i innych mniejszych zakładów opracowywana jest aktualnie uproszczona koncepcja, która



Michael Baumann, Kierownik Programu Top-Excellence w Bell Food Group

między innymi zapewnia, że osoby odpowiedzialne nie będą przeciążone. Ponieważ często jedna osoba pełni kilka funkcji.

Dzięki nowej platformie TopX uczestnicy mają teraz narzędzie do dzielenia się w szczególności przykładami najlepszych praktyk i dokumentami. «Zwracamy uwagę na to, aby umieszczane były tam przede wszystkim informacje, które mogą być ponownie użyteczne dla innych ze społeczności», wyjaśnia Michael Baumann. «To daje zakładom ogromne korzyści w ich głównym obszarze działalności, a jednocześnie jeszcze bardziej zbliża nas do siebie poprzez tę platformę.»

Kolejną nowością w ramach TopX jest wręczenie nagród podczas szczytu odbywającego się w listopadzie. Nagrodzone zostaną udane projekty w kategoriach takich jak bezpieczeństwo pracy, jakość, wydajność i koszty. Dodatkowo wprowadzona zostanie kategoria «Ponowne wykorzystanie» jako królowa dyscyplin, ponieważ w programie TopX chodzi o to, by przy pomocy własnych projektów pomagać również innym i aktywnie promować idee grupowe. To kolejny bodziec do tego, by nadal wspólnie pracować nad ciągłym doskonaleniem procesów w Bell Food Group.

Bresc

Sposób na najlepsze wykorzystanie doświadczenia całej Grupy dzięki programowi TopX

Zespół Bresc już od 2020 r. pracował nad ciągłym doskonaleniem się w obszarze operacyjnym, a w 2022 r. wziął udział w programie Top X. Kierownik zakładu Arno Dominicus i ekspert TopX John Bosch opowiadają o swoich doświadczeniach z programem.

«Okazało się, że metodyka TopX jest bardziej szczegółowa niż nasza pierwotna koncepcja. Obejmuje również takie obszary jak zaopatrzenie, HR, sprzedaż i rozwój produktów, co oznacza, że TopX wykracza poza czysto operacyjną działalność i wzmacnia współpracę między działami.

Wymiana wiedzy jest dla nas bardzo ważna. Nieustannie poszukujemy dobrych rozwiązań z branży, żeby potem móc je u siebie zaimplementować. Mamy to szczęście, że w Grupie pracuje już wiele doświadczonych osób i staramy się wykorzystać to doświadczenie najlepiej jak potrafimy.

Oprócz spotkań na dorocznym szczyście Top X Summit w Bazylei, mieliśmy również kilka okazji do bezpośredniej wymiany doświadczeń w różnych lokalizacjach. Na przykład, odwiedziliśmy siedzibę Bell Szwajcaria w Zell. Tam zapoznaliśmy się z ich zoptymalizowanym procesem produkcyjnym i zdobyliśmy wiedzę w dziedzinie uzdatniania wody. Podczas wizyt w zakładach Hilcona w Schaan i Landquart poznaliśmy między innymi metodę KAIZEN, którą następnie z powodzeniem wprowadziliśmy w naszej firmie.

Ponadto, społeczność TopX w Hügli ma również własną platformę wymiany, która umożliwia lepsze dotarcie do siebie w ramach grupy kapitałowej i wzajemną pomoc. Zaowocowało to dobrą współpracą i wymianą wiedzy.

Podsumowując: w Bell Food Group dysponujemy dużą wiedzą i doświadczeniem, co daje nam możliwość dalszego doskonalenia i wprowadzania innowacji.»

Arno Dominicus, Kierownik Zakładu, i John Bosch, ekspert TopX



Arno Dominicus, Kierownik Zakładu Bresc



John Bosch, ekspert TopX

Mistrzostwa Jack Daniel's

Razem na olimpiadzie grillowania

Kiedy w małym miasteczku Lynchburg w amerykańskim stanie Tennessee zbiera się ponad 40 000 odwiedzających, nadchodzi czas na «Jack Daniel's World Championship Invitational Barbecue», jeden z najbardziej renomowanych konkursów grillowania na świecie. W październiku tego roku w «The Jack» udział weźmie zespół «Bell's 1869 BBQ Team Switzerland» posiadający ogromną wiedzę na temat mięsa i grillowania, reprezentujący Bell Food Group.

Pomysł na tegoroczny udział wyszedł od Philippa Glausera, szefa działu doradców kulinarnych w Hügli, i Davide'a Elię, Dyrektora ds. Marketingu i Komunikacji Korporacyjnej w Bell Food Group. «Staliśmy razem na targach i przypomnieliśmy sobie o tym, że spotkaliśmy się na «The Jack» w 2015 roku. Byliśmy tego samego zdania: powinniśmy powtórzyć», opowiada Davide Elia. «Jeśli wystarczająca liczba wykwalifikowanych specjalistów z Bell Food Group będzie do dyspozycji, to warto to zrobić.»

I tak się stanie: Philipp Glauser z Hügli, Jeroen de Zwart z Bresc, Lorenz Wyss i Jan Schemmer z Bell Szwajcaria, wspierani przez zewnętrznych ekspertów ds. grillowania, takich jak Ueli Bernold, znany jako Grill-Ueli, oraz Peter Spöndli, będą perfekcyjnie współpracować w trakcie zawodów.

«Już od kilku tygodni wszyscy uczestnicy są bardzo podekscytowani, ponieważ przystępujemy do rywalizacji, aby wygrać», mówi Philipp Glauser, mrugając okiem. «Szczególnie duże szanse dajemy sobie w kategorii «Cook's Choice», gdzie wystartujemy z potrawą Zürcher Geschnetzeltes.»

Aby wszystkie dania wyszły perfekcyjnie, odbyło się już wcześniej kilka spotkań, aby dokładnie zaplanować każdy szczegół. Bo 11 i 12 października zespół «Bell's 1869 BBQ Team Switzerland» będzie musiał wykazać się doskonałą współpracą.

Ponadto: zespół będzie na bieżąco zamieszczać aktualności ze swojej podróży po USA w aplikacji My Bell Food Group. W ten sposób wszyscy współpracownicy z Bell Food Group będą mogli śledzić zmagania zespołu wirtualnie.



Na kursie

Zrównoważony rozwój jest mierzalny

Gdy mowa o zrównoważonym rozwoju, często towarzyszą mu piękne słowa. Jednak zrównoważony rozwój da się mierzyć czarno na białym. Oto trzy przykładowe wskaźniki, które ilustrują, co jest mierzone i na jakim etapie znajduje się obecnie Bell Food Group. • *ap*

Kiedy zrównoważony rozwój ma się stać rzeczywistością, kluczową rolę odgrywają wskaźniki. Stanowią one mierzalną wielkość i wynikają z celów określonych w Strategii zrównoważonego rozwoju na lata 2022–2026. W Bell Food Group zrównoważony rozwój jest monitorowany i mierzony za pomocą ponad 50 wskaźników.

Każdy wskaźnik jest powiązany z jednym celem. Mierzalne cele umożliwiają obiektywną ocenę, na którą nie mają wpływu subiektywne opinie danej osoby. Pozwala to również na dokładne śledzenie postępów.

Wielu współpracowników w różnych działach działalności przedsiębiorstw należących do Bell Food Group jest odpowiedzialnych za regularne raportowanie różnych wskaźników. Ci współpracownicy pracują m.in. w działach kontrolingu, produkcji, sprzedaży i zaopatrzenia. Dane są centralnie rejestrowane i zbierane, a następnie przetwarzane na liczne analizy i raporty, które służą jako baza informacyjna dla wewnętrznych i zewnętrznych interesariuszy.

Ale jak można mierzyć zrównoważony rozwój w działaniach przedsiębiorstwa takiego jak Bell Food Group i opisać go w konkretnych liczbach? Na przykładzie trzech wskaźników pokazujemy, jakie cele są realizowane, jakie działania są podejmowane w celu ich osiągnięcia oraz z jakimi wyzwaniem trzeba się zmierzyć.

Bell Food Group mierzy ponad 50 wskaźników zrównoważonego rozwoju.

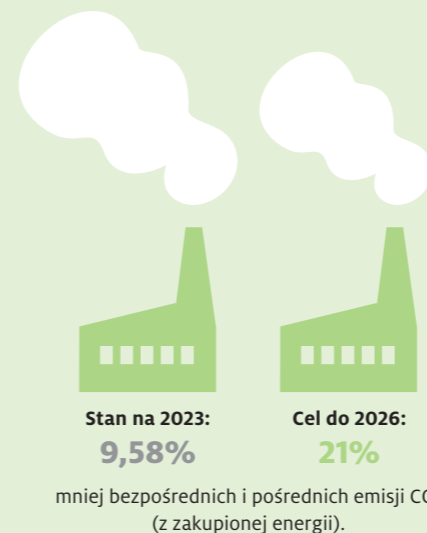
Osobiste zaangażowanie w zrównoważony rozwój

Jeśli liczby zaczynają przytłaczać, warto wziąć głęboki oddech i wyjść na świeże powietrze. Często zapominamy o tym, że nawet pozornie małe, niemierzalne w liczbach działania mogą mieć pozytywny wpływ. Może to być na przykład dojazd do pracy rowerem, oszczędne korzystanie z wody lub biuro, w którym nie korzysta się z papieru. Osobiste inicjatywy praktycznie nie mają granic, a w sumie te pozornie małe rzeczy mają ogromny potencjał, który wszyscy mogą wykorzystać, aby uczynić swoje działania w miejscu pracy i poza nim bardziej zrównoważonymi.

Redukcja emisji gazów cieplarnianych

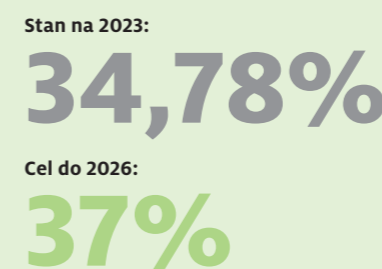
Do 2026 roku Bell Food Group zredukuje własne emisje gazów cieplarnianych oraz emisje związane z zakupioną energią o 21%. Roczny cel redukcji wynosi 4,2% i został niemal osiągnięty w 2023 roku, ponieważ redukcja wyniosła 3,6%. Kluczowym czynnikiem w realizacji tego celu jest przejście z paliw kopalnych na energię odnawialną.

Obecnie w planach lub już zbudowanych jest 29 elektrowni słonecznych. Pompy ciepła wysokociśnieniowe, które zastępują dotychczasowe ogrzewanie olejowe używane do podgrzewania wody w produkcji, to jeden z wielu przykładów działań mających na celu redukcję emisji CO₂. Wykorzystanie ciepła odpadowego z instalacji chłodniczych oraz zastosowanie nowych, efektywniejszych urządzeń produkcyjnych również mogą znacząco przyczynić się do obniżenia emisji.



Więcej certyfikowanych etykiet gwarantujących dobrostan zwierząt

Etykiety pomagają w zakupach, wskazując na dodatkową wartość produktów. Dla zwierząt oznacza to lepsze warunki hodowli, na przykład większa przestrzeń, dostęp do wybiegów czy więcej naturalnego światła. Etykiety budują zaufanie. Aby konsumenci mogli zaufać etykietom, muszą być przeprowadzane niezależne kontrole, które weryfikują, czy określone wytyczne dotyczące etykiet są przestrzegane przez gospodarstwa rolne.



Stan na 2023: 0,27% **Cel do 2026: <1%**

Marnotrawstwo żywności w przypadku produktów już wyprodukowanych i zapakowanych. W 2023 roku cel został osiągnięty.

Mniej marnowanej żywności w produktach gotowych do sprzedaży

Każdy artykuł spożywczy, który trafia do kosza, to o jeden za dużo. Chociaż większość strat występuje w dalszym łańcuchu wartości i wśród konsumentów, marnotrawstwo żywności może także wystąpić tam, gdzie artykuły spożywcze są już wyprodukowane i zapakowane, ale z różnych powodów nie trafiają do sprzedaży. Przyczynami tego mogą być błędy w planowaniu, nadprodukcja, przeterminowanie lub problemy w procesie produkcji czy pakowania.

Prowadzi to do tego, że towar staje się niesprzedawalny i musi zostać przekazany gdzie indziej, oddany jako darowizna lub w najgorszym przypadku zutylizowany. Bell Food Group postawiła sobie za cel obniżenie udziału wyprodukowanej, ale niesprzedanej żywności poniżej 1% do 2026 roku, co udało się osiągnąć już w 2023 roku, kiedy to wskaźnik marnotrawstwa wyniósł 0,27%. Oznacza to z kolei, że ponad 99% wyprodukowanych produktów trafia do sprzedaży. Taki niski poziom marnotrawstwa ma zostać utrzymany również w nadchodzących latach.

Bell Food Group dąży do ciągłego rozszerzania oferty produktów z etykietami o ochronie zwierząt i roślin, które mają udowodnioną wartość dodaną. Jednym z wyzwań jest przy tym przekonanie konsumentów, dlaczego wyższa cena jest uzasadniona. W zakresie zaopatrzenia Bell wyznaczyła sobie cel, aby do 2026 roku 37% wszystkich surowców pochodzenia zwierzęcego było certyfikowanych etykietą dobrostanu zwierząt. W 2023 roku udział etykiet wyniósł już 34,78%.

Przy metodzie sous vide sprawdzą się również specjalne cięcia mięsa

TRIK Z CIEPŁĄ WODĄ

«Usmażyć bawetę wołową czy dusić policzki wołowe? To może się nie udać!» Każdy, kto chce mieć większą kontrolę nad przygotowywanym mięsem, powinien wypróbować metodę sous vide. Dzięki temu wariantowi gotowania w niskiej temperaturze nawet niedoświadczeni kucharze mogą uzyskać delikatne kawałki mięsa o intensywnym smaku. • *mr*

Przygotowywanie żywności «sous vide», czyli «w próżni», nie jest nie wiadomo jak nowym trendem. Już w latach 70. francuski szef kuchni George Pralus kazał gotować potrawy na wolnym ogniu w ciepłej wodzie w hermetycznym opakowaniu i dlatego to właśnie on jest uważany za ojca tej metody.

Kucharze-amatorzy również korzystają z metody sous-vide.

Coraz bardziej udoskonalana, w ostatnich latach staje się jeszcze bardziej popularna, zwłaszcza do przygotowywania mięsa. Ale nie tylko restauracje korzystają z tej metody, po sous vide chętnie sięgają również kucharze-amatorzy.

Nie bez powodu, ponieważ prawie żaden inny proces gotowania nie zachowuje tak autentycznego i intensywnego smaku. Przyprawy, zioła i inne nośniki smaku również zapewniają dodatkowe aromaty. Ponadto mięso staje się szczególnie delikatne i zachowuje więcej składników odżywczych niż w przypadku innych technik gotowania.

Wynika to z faktu, że gotowanie sous-vide polega na powolnym doprowadzaniu żywności do pożądanej temperatury rdzenia w kąpiel wodnej w niskich temperaturach. Temperatury zazwyczaj nie przekraczają 100 stopni. Czas gotowania wynosi więc często kilka godzin.

Kąpiel wodna zapewni bardzo bezpośrednie i równomierne oddziaływanie ciepła na mięso, ryby, warzywa i owoce. Jeśli chcemy uzyskać pieczony smak i chrupiącą skórkę, produkt należy poddać dodatkowej obróbce (smażenie, grillowanie, karmelizowanie) jeszcze po zakończeniu procesu sous vide.

Dostępne są praktyczne pomoce kuchenne, takie jak zgrzewarki próżniowe i kuchenki sous-vide, zarówno do hermetycznego pakowania żywności, jak i do przeprowadzania kąpeli wodnych o stałej temperaturze. Metodę tę można jednak wypróbować również bez dodatkowego sprzętu. LOOK! zebrał kilka wskazówek, które Wam w tym pomogą.



OD MOSTKA WOŁOWEGO PO MARCHEWKĘ

Oprócz produktów przeznaczonych do krótkiej obróbki, takich jak steki, metoda sous vide jest idealna również dla wszystkich kawałków mięsa o wysokiej zawartości kolagenu, takich jak policzki wołowe lub mostek wołowy. Dzieje się tak, ponieważ długi czas gotowania pozwala twardeму kolagenowi zamienić się w kremową żelatynę, która sprawia, że mięso jest soczyste i delikatne.

Czyni to również sous-vide idealną metodą dla wszystkich tych kawałków mięsa, których nie mamy odwagi przyrządzać na co dzień z obawy przed czyhającym widmem porażki.

Warzywa i owoce, takie jak marchew, buraki lub brokuły, a także sliwki, brzoskwinie lub truskawki również nadają się do gotowania sous vide. Pozwala to na tworzenie zupełnie nowych doznań smakowych, ponieważ w tym przypadku woda nie wypłukuje żadnych smaków.

DO WORKA

Pierwszym krokiem w gotowaniu sous vide jest próżniowe uszczelnienie żywności. Jeśli nie chcesz kupować specjalnego urządzenia do tego celu, możesz również użyć plastikowego worka z zamknięciem strunowym. Należy zamknąć worek, zostawiając około jednego centymetra przestrzeni i ostrożnie opuścić go do dużego garnka z wodą. Gdy powietrze całkowicie wydośnie się pod wpływem ciśnienia wody, można całkowicie zamknąć worek. Wybierając worek, należy upewnić się, że jest on przeznaczony do kontaktu z żywnością i odporny na wysoką temperaturę.

Wskazówka:

Wiele sklepów mięsnych posiada również zgrzewarki próżniowe i można zapakować mięso hermetycznie na miejscu, bezpośrednio przy zakupie.

DZIĘKI TEMU POTRAWY ZYSKUJĄ DODATKOWY SMAK

Gotowanie sous-vide jest idealne do aromatyzowania mięsa, na przykład przyprawami i ziołami. Do woreczka można włożyć wszystko, co jest używane do przyprawiania w normalnej kuchni.

Uwaga: Przyprawianie powinno być ogólnie nieco bardziej ostrożne, ponieważ smaki są znacznie bardziej trwałe przy tej metodzie. W wielu przepisach dodaje się również odrobinię oleju lub masła.

Roboty kuchenne z funkcją gotowania mogą być również używane do gotowania sous vide.

PRACA ZESPOŁOWA GARNKA I TERMOMETRU

Metoda sous vide polega na doprowadzeniu żywności do pożądanej temperatury rdzenia. W tym celu na rynku dostępne są specjalne urządzenia takie jak cyrkulatory. Ale potrawy metodą sous vide można również przygotowywać przy użyciu standardowych urządzeń dostępnych w kuchni: duży garnek do gotowania, termometr do mięsa i piekarnik z termoobieganiem.

Podgrzać wodę w garnku do odpowiedniej temperatury. Piekarnik również nagrzać do tej temperatury. Następnie umieścić woreczek ze znajdującym się w środku mięsem lub warzywem w wodzie, tak aby był nią całkowicie otoczony. Jeśli unosi się na wodzie, można go czymś obciążyć.

Teraz umieścić zamknięty garnek w piekarniku. Nie martw się, jeśli piekarnik może być ustawiony tylko co dziesięć stopni: Kilka stopni mniej lub więcej naprawdę

nie zaszkodzi. Jeśli posiadasz bezprzewodowy termometr do pieczenia z aplikacją, możesz zamknąć go próżniowo razem z mięsem.

Oznacza to, że zawsze możesz mieć kontrolę nad temperaturą rdzenia. Jeśli takiego nie masz, temperaturę wody możesz również od czasu do czasu sprawdzać za pomocą konwencjonalnych termometrów.

BRAK RYZYKA PRZEGOTOWANIA

Czas i temperatura gotowania metodą sous vide zależą od takich czynników, jak rodzaj mięsa, jego kawałek i rozmiar. Podstawową zasadą jest to, że woda powinna zawsze mieć pożądaną temperaturę rdzenia, tak aby mięso było powoli podgrzewane do tej temperatury.

Informacje na ten temat można znaleźć w Internecie dla prawie każdego kawałka. Teraz pojawia się kolejna ważna zaleta tej metody: gdy mięso osiągnie temperaturę rdzenia, prawie niemożliwe jest jego rozgotowanie. Dlatego metoda ta jest tak chętnie stosowana przez restauratorów. Mięso po prostu pozostaje w ciepłej wodzie, dopóki danie nie będzie gotowe.

NASZA PROPOZYCJA: HANGER STEAK SOUS VIDE

Składniki

1 hanger steak (ok. 600 g)
1 ząbek czosnku
2 gałązki rozmarynu
odrobina masła lub oliwy z oliwek
1 szczypta soli

Sposób przygotowania: przeciąć mięso na pół wzdłuż środkowego ścięgna, usuwając całkowicie środkowe ścięgno. Dwa kawałki mięsa natrzeć zmiążdżonym ząbkiem czosnku, następnie doprawić odrobiną soli, włożyć do woreczka razem z tłuszczem i rozmarynem i zamknąć próżniowo. Smak będzie jeszcze bardziej wyrazisty, gdy będzie się go marynować przez noc w lodówce.

Podgrzać garnek z wodą do temperatury od 47 do 58 stopni, w zależności od pożądanego stopnia wysmażenia gotowych steków (niższa dla rare, wyższa dla medium). Umieścić worek próżniowy w środku i piec w piekarniku w odpowiedniej temperaturze przez około sześć godzin. W zależności od wyposażenia kuchni, do tych czynności można oczywiście użyć również kucharek sous-vide lub parowych.

Następnie wyjąć kawałki mięsa, osuszyć papierem kuchennym i krótko obsmażyć ze wszystkich stron na dużym ogniu. Odstawić na chwilę, aby soki z mięsa mogły się rozprowadzić, a następnie podawać.

GORĄCY FINAŁ

Po ugotowaniu sous vide mięso można poddać mięso dalszej obróbce: grillowaniu, pieczeniu, smażeniu i karmelizowaniu. Wynika to z faktu, że większość potraw nadal wymaga skwierczącego wykończenia, które nadaje pikantny, pieczony smak lub chrupiącą skórkę. Nadaje się do tego każda metoda, która może generować wysokie ciepło.

Wcześniej można było się nie spieszyć, ale teraz liczy się szybkość. Wynika to z faktu, że mięso smaży się bardzo krótko, aby się nie rozgotowało. Najlepiej jest wcześniej krótko przetrzeć powierzchnię papierem kuchennym, aby była ładna i sucha.

Wskazówka:

Sok mięsny, który wytworzył się w worku, o równie intensywnym smaku, stanowi doskonałą bazę dla sosu.



Kolorowa różnorodność na chłodniejsze dni

Jesiennie trendy tego roku

Podczas gdy wegańskie smash burgery podbijają branżę gastronomiczną, raclette przeżywa odrodzenie dzięki wprowadzeniu nowych składników. Oczywiście sałatki i owoce nadal pozostają ulubionymi źródłami witamin w chłodniejszych miesiącach roku. Zróżnicowane smaki i tekstury nigdy nie wychodzą z mody. • mr

Bell Szwajcaria Uczta pasterzy alpejskich

Bell zaprasza swoich szwajcarskich klientów do spotkań z rodziną lub przyjaciółmi przy raclette. Nowe «Cervelini», «Chipolatas» i «Burgery» w ramach «Raclette Edition» zapewniają niesamowitą różnorodność wśród potraw z grilla. Z kolei nowy «Cordon Bleu» udowadnia również, że ser raclette jest nie tylko hitem jako dodatek, ale genialnie sprawdza się również jako nadzienie.



Bell Szwajcaria Odrobina chrupiącej przyjemności

Ci, którzy lubią chrupiące na zewnątrz i soczyste w środku, mogą spodziewać się dwóch kolejnych nowych produktów od Bell Szwajcaria tej jesieni. Dzięki «Pork Nuggets» dostępna jest teraz chrupiąca wersja tej popularnej przekąski z najlepszej szwajcarskiej wieprzowiny. Mini burgery zachwycają połączeniem najlepszej szwajcarskiej wołowiny i pikantnej panierki. Świetnie nadają się na imprezowy bufet lub po prostu jako przekąska: nowe, lekko pikantne «Cevapcici» z papryczkami jalapeños i kremowym cheddarem.

The Green Mountain Zero mięsa – burgery rozbite jak należy

Wraz z wegańskim «Plant-based Smash Burgerem», The Green Mountain wprowadza do swojego menu nową wegańską pozycję. Burgery są spłaszczane podczas przygotowywania na gorącej płycie. Dzięki większej powierzchni przylegania powstaje karmelizowana skórka i intensywny smak. Naprawdę pyszne!



Eisberg Austria Teraz robi się owocowo

Eisberg Austria dodaje kolorów na sklepowe półki: trzy nowe tacki owocowe «Ananas», «Mango» i «Green Mix» odpowiednio prezentują kolor żółty, pomarańczowy i zielony. Produkt jest gotowy do spożycia, więc nie trzeba dodatkowego nakładu pracy, by sięgnąć po dodatkową porcję kolorowych witamin.



Eisberg Szwajcaria Więcej niż tylko sałatka

Niezależnie od tego, czy chodzi o jesiennego grilla, czy piknik w lesie – nowy sałatkowy bowl «Dyńka i kozi ser» to świeży i sycący dodatek, który sprawdzi się przy wielu okazjach. Oprócz pieczonej dyni piżmowej i kremowego koziego sera, soczystego i wyjątkowego charakteru tej sałatce dodają słodkie winogrona.

Hügli Koncentracja, proszę!

Hügli otwiera swoim klientom z branży gastronomicznej większe pole do kreatywności dzięki czterem nowym skoncentrowanym bulionom. «Wywar wołowy», «Wywar drobiowy», «Wywar warzywny» i «Wywar rybny» są już w sprzedaży w regionie krajów niemieckojęzycznych, a teraz zostaną wprowadzone na inne rynki.



Wyróżniony przez
«Lebensmittel Zeitung»
Abraham
jest najlepszą
marką 2024

Dobre wieści dla Abrahama:
marka została po raz pierwszy uznana
za «Najlepszą Markę 2024» przez
«Lebensmittel Zeitung».



Instytut badań rynkowych CPS GfK przeanalizował dla gazety «Lebensmittel Zeitung» preferencje niemieckich klientów przy użyciu rozbudowanego panelu konsumenckiego. Przeanalizowano takie kryteria, jak rozwój sprzedaży i liczba nabywców około 5000 marek produktów. Wynik: Abraham zyskał w ubiegłym roku około 885 000 nowych nabywców, co stanowi wzrost o dwanaście procent.

**Abraham ma
o dwanaście procent
więcej kupujących**

O tym, że Abraham jest jedną z «Najlepszych Marek 2024», od lipca świadczy również nowy nadruk na opakowaniach, przedstawiający uzyskane wyróżnienie. Ponieważ takie znaki jakości zwiększają świadomość, prawdopodobnie przyciągną jeszcze więcej nowych klientów. • mr

Zróznicowanie klientów w Bell Food Group

Zadowoleni klienci stają się partnerami na całe życie

Od spotkań z gwiazdami po parki rozrywki: klienci Bell Food Group są tak różnorodni i innowacyjni, jak produkty, które im dostarcza. A oto niewielki wycinek pokazujący różnorodność klientów Bell Food Group. • ap

Eisberg w Austrii, Polsce, Rumunii, Szwajcarii i na Węgrzech

McDonald's – rodzinna restauracja z historią

Pod koniec lat 70., kiedy na rynku działało tylko kilka firm takich jak Eisberg, pracownicy restauracji sami kroili sałatę. Ze względu na bezpieczeństwo żywności i identyfikowalność, a także ze względu na mnogość obowiązków personelu i charakter restauracji, McDonald's zaczął zamawiać pokrojoną sałatkę od Eisberga. Dziś każdy, kto zamawia burgera w Szwajcarii, Polsce, Austrii, na Węgrzech, w Rumunii czy Mołdawii, gryzie chrupiące liście sałaty od Eisberga.

Dla McDonald's bardzo ważne jest, aby klient miał takie samo doświadczenie za każdym razem, gdy odwiedza restaurację. Ponieważ jest to produkt, który rośnie na zewnątrz, pracownicy Eisberg muszą zachować szczególną ostrożność, aby zapewnić, że produkty końcowe będą spójne pod względem jakości i smaku przy każdej dostawie.

«Zawsze jestem trochę dumny, gdy kupuję burgera w kraju, który zaopatrujemy. Nawet jeśli udział firmy Eisberg w Big Macu nie jest tak wysoki, Big Mac bez Eisberga to nie Big Mac!» – mówi Ronni Diepstraten.



Eisberg w Rumunii

Kaufland – jedna z wiodących sieci marketów w Europie

Niemiecka firma handlowa Kaufland otworzyła swój pierwszy sklep w Rumunii w 2005 roku. Obecnie posiada około 180 supermarketów w tym kraju i jest jedną z najbardziej znaczących marek detalicznych w Europie z ponad 1500 sklepami. Nicoleta Scarlat, kierownik ds. sprzedaży i marketingu w Eisberg w Rumunii, mówi: «Przez lata Kaufland udowodnił, że jest jednym z naszych 3 najlepszych klientów i jednym z najbardziej otwartych na nowości i rozwój.» Supermarkety w Rumunii i Mołdawii oferują pełną gamę produktów Eisberg, takich jak mixy sałat, bowle sałatkowe, niemyte sałaty i dressingi.

Wyzwania dla firmy Nicoleta Scarlat widzi przede wszystkim w rumuńskiej infrastrukturze i dostępności surowców. «Jednak nasz wskaźnik sukcesu wynoszący ponad 90 procent napawa nas dumą» – mówi, podkreślając długoletnią współpracę z Kauflandem. «Zaopatrujemy Kaufland od pierwszego dnia działalności w Rumunii i dla nas ta firma jest prawdziwą definicją partnera biznesowego».



Bell w Niemczech

Sansibar – prawdopodobnie najłynniejsza restauracja na wyspie Sylt

Sansibar i wyspa Sylt na Morzu Północnym po prostu do siebie pasują. Miejsce spotkań celebrytów jest również znane jako «najbardziej wysunięty na północ domek narciarski w Niemczech» ze względu na swój wygląd. Liczący blisko 410 miejsc – wewnątrz i na zewnątrz – Sansibar jest prawdopodobnie najbardziej znaną restauracją na Sylcie, wyspie z długimi plażami i imponującą przyrodą.

Sprawdzona współpraca od ponad 15 lat

Współpraca pomiędzy Bell Niemcy a renomowaną restauracją sprawdza się już od ponad 15 lat. Rustykalna i przytulna atmosfera restauracji, oferta kulinarna i fantastyczny widok na Morze Północne sprawiły, że jest to popularne miejsce nie tylko wśród celebrytów. Położony pośrodku wydm hotel Sansibar oferuje niezrównane połączenie pubu i wykwintnej restauracji. Szyńska wiejska i domowa, a także hiszpańska szynka Iberico z Bell cieszą smakiem nie tylko bogatych i sławnych, ale także wszystkich tych, którzy odwiedzają tę jedną z najpiękniejszych niemieckich wysp.



Bell w Szwajcarii.

Turniej ATP Swiss Indoors – światowa elita na korcie tenisowym

Najlepsi tenisiści świata spotykają się każdej jesieni na Swiss Indoors Basel. Jest to trzeci co do wielkości turniej halowy na świecie, i każdego roku przyciąga do miasta nad Renem ogromną międzynarodową publiczność. Produkty Bell, a także Hilcona i Hügli trafiają na tenisowy spektakl za pośrednictwem Transgourmet. «To dla nas wyjątkowa okazja. Długa współpraca zaowocowała przyjaźniami. Robimy wszystko, co w naszej mocy, aby widzowie czuli się komfortowo» – mówi Marcel Allemann, szef działu gastronomii i sprzedaży branżowej.

Produkty takie jak kiełbaski, hot dogi, szarpana wieprzowina, kanapki, jak i inne różne składniki do kanapek są dostarczane do różnych stref cateringowych podczas dużych imprez. «Jest więc całkiem możliwe, że tenisiści również mają okazję skosztować naszych produktów» – mówi Micha Roth, Project Manager Marketing Services. Jednym z największych wyzwań jest fakt, że w hali nie wolno grillować. «Nasza wstępnie ugrillowana kiełbasa jest podczas imprezy tylko podgrzewana, ale musi smakować jak świeżo wyjęta z grilla» – mówi Marcel Allemann. Liczby pokazują najlepiej, że ten smak potrafi zawrócić w głowie. W zeszłym roku podczas Swiss Indoors gościom, personelowi i, kto wie, być może jednej lub dwóm legendom tenisa zaserwowano około 7500 kiełbasek Bell. Warto wiedzieć: Bell nie tylko serwuje smaczne dania, ale jest także oficjalnym partnerem Swiss Indoors od pierwszego turnieju, który miał miejsce w 1970 roku aż po dziś dzień.



Eisberg na Węgrzech

Kifli – węgierski internetowy sklep spożywczy zapewniający świeżość i jakość

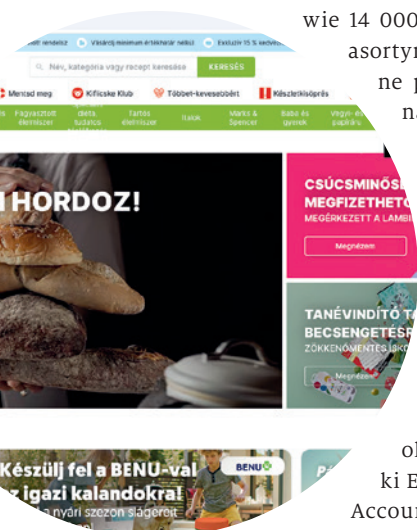
Kifli.hu to wiodący węgierski sklep spożywczy prowadzący sprzedaż online, który postawił sobie za cel dostarczanie klientom wysokiej jakości i świeżości produktów.

Założona w 2019 roku firma oferuje duży wybór prawie 14 000 produktów. Od połowy 2020 r.

asortyment Kifli obejmuje również liczne produkty firmy Eisberg.

«Nasze najlepiej sprzedające się produkty to te z segmentu premium – młode listki sałaty, organiczna mieszanka młodych listków, krojona sałata Eisberg i nasze mieszanki sałat premium pakowane w podwójnych porcjach. Nasza miska sałatkowa Chicken Caesar jest jedną z najlepiej sprzedających się pozycji, do tego niedawno wprowadziliśmy oleje sałatkowe i gotowe mieszanki Eisberg» – mówi Gábor Győry, Key Account Manager. Duży magazyn wysyłkowy Kifli w Budapeszcie obsługuje około 5000 dostaw dziennie.

Wyzwaniem dla firmy Eisberg są ponadprzeciętne kryteria kontroli jakości produktów, na które powołuje się Gábor Győry. W niektórych sezonach, gdy ekstremalne warunki pogodowe mają większy wpływ na jakość surowców, należy podjąć dodatkowe środki w celu spełnienia tych kryteriów, przy ściślejszej współpracy zespołów ds. jakości po obu stronach.



Hügli w Austrii

Lagardère Travel Retail Austria – podróżowanie w dobrym smaku

Celem Lagardère Travel Retail jest stworzenie niezapomnianego doświadczenia zakupowego dla podróżnych na lotnisku. W Austrii Lagardère Travel Retail Austria specjalizuje się w sektorze gastronomicznym. Firma jest reprezentowana na najważniejszych krajowych lotniskach i dworcach kolejowych w Wiedniu, Graz, Salzburgu i Innsbrucku z 33 punktami sprzedaży i około 480 pracownikami.

W ostatnich latach Hügli stale zacieśnia tę współpracę. Zwiększa podaż świeżych produktów Bresc i produktów podstawowych, które w istotny sposób przyczyniają się do uproszczenia przygotowywanych posiłków, a tym samym gwarantują optymalne wyniki dla klienta końcowego. «Oprócz punktów sprzedaży na lotniskach, zaopatrujemy również restauracje pracownicze i wiele innych», mówi Wolfgang Eder, Key Account Manager w Hügli.



Hügli w Niemczech

Europa-Park – uzależniająca rozrywka

Największy park rozrywki w Niemczech, Europa-Park w Rust, został kilkakrotnie uznany za najlepszy park rozrywki na świecie. Każdego roku odwiedza go ponad sześć milionów osób, w szczególności z Niemiec, Francji i Szwajcarii. A na odwiedzających czeka wiele różnych restauracji, w których można się posilić w przerwie między kolejnymi atrakcjami.

Każdego roku w Europa-Park serwowanych jest 1,6 miliona burgerów, 600 ton frytek smażonych w głębokim tłuszczu, 52 tony sosu bolońskiego i 378 000 kawałków pizzy. Firma Hügli i jej produkty Bresc od pięciu



EUROPA PARK

lat dostarczają do tego miejsca doskonale zbalansowany smak. Wykorzystuje się je w strefie gastronomicznej parku rozrywki do przyrządzania różnych przepisów, przyczyniając się w ten sposób do niezapomnianych wrażeń w Europa-Park. «Obecnie degustujemy nasze nowe koncentraty do fondantów oraz nowe produkty Glace de Viande, Demi-Glace i Brasato al Barbera», mówi Jean Philippe Yannic, Sales Manager B2B Food Service Field Service Germany, o partnerstwie między Europa-Park a Hügli.

Jubileusze i emerytury od października do grudnia 2024

«Sami składaliśmy nawet kartony»

40 lat pracy

Benno Eggenschwiler

Stanowisko: kiedyś CFO, CIO, dziś specjalista ds. IT

Jednostka: Eisberg

Zakład: Dällikon



Nadine Groell

Stanowisko: pracownik zakładu w dziale komisjonowania

Jednostka: Bell Szwajcaria

Zakład: Bazylea



Eva Mayer

Stanowisko: operator maszyn w dziale pakowania puszek

Jednostka: Inter-Planing (Hügli)

Zakład: Langenhaslach

Jak doszło do tego, że 40 lat temu ubiegali się Państwo o zatrudnienie w swoim przedsiębiorstwie?

Nadine Groell: Ukończyłam szkolenie jako «étalière» (sprzedawczyni wędlin) we Francji. Obaj moi sąsiedzi, którzy pracowali w Bell, zasugerowali mi, abym złożyła podanie do Bell i zostałam zatrudniona jako sprzedawczyni w «Centralhalle» w Bazylei. Gdy filie zostały sprzedane, mój szef zaproponował mi pracę w produkcji.

Benno Eggenschwiler: Znałem syna ówczesnego właściciela, który poprosił mnie o pomoc przy wprowadzeniu pierwszego systemu komputerowego w małej firmie produkcyjnej. Dzięki temu sfinansowałem moje studia. Nigdy nie musiałem składać podania o pracę. Wprowadzenie komputerów od podstaw mnie kręciło i było moją pasją.

Co najbardziej zmieniło się w ciągu 40 lat?

Eva Mayer: Kiedyś było dużo pracy ręcznej: napełnialiśmy, pakowaliśmy, etykietowaliśmy, a nawet składaliśmy kartony. Dziś większość zadań przejęły roboty. Nasza praca skupia się teraz przede wszystkim na kontrolowaniu, nadzorowaniu i dokumentowaniu. W przeszłości mieszałyśmy dwie gotowe mieszanki podczas przygotowywania zupy, a następnie je rozlewaliśmy. Dziś już niczego nie mieszamy, tylko rozlewamy jeszcze gotowe mieszanki.

Co nie zmieniło się przez te wszystkie lata?

Benno Eggenschwiler: Codzienna presja dotycząca ultraświeżej produkcji pozostała dokładnie taka sama, a okna czasowe praktycznie się nie zmieniły. Niedobór wykwalifikowanych pracowników, o którym dzisiaj często się mówi, istniał zawsze – właściwie nigdy nie było wystarczającej liczby specjalistów. Zawsze byliśmy zmuszeni sami szkolić pracowników we własnym zakładzie.

Eva Mayer: Wymogi dotyczące czystości i higieny były u nas zawsze bardzo wysokie. Jednak podczas gdy wcześniej wszystkie części maszyn czyściliśmy ręcznie, dziś mamy zmywarkę przemysłową, która bardzo ułatwia nam pracę.

Czy są osoby, z którymi współpracowali Państwo szczególnie blisko?

Eva Mayer: Chociaż obie pochodzimy z tego samego miejsca, dopiero tutaj naprawdę poznałam moją koleżankę, panią Bauer. Pracowałyśmy razem przez 38 lat i stałyśmy się przyjaciółkami. Odeszła na emeryturę w zeszłym roku, ale regularnie rozmawiamy przez telefon lub spotykamy się na spacerach, podczas których opowiadam jej, co nowego dzieje się w zakładzie.

Jakie doświadczenie na zawsze zostanie Państwu w pamięci?

Nadine Groell: Na 150-lecie Bell zakład przetwórstwa mięsa zorganizował wycieczkę do Cité du Train w Mülhausen ze zwiedzaniem i kolacją. Wciąż pamiętam to bardzo dobrze. Cały zakład był obecny!

Co najbardziej lubią Państwo w swojej obecnej pracy?

Nadine Groell: Jestem dumna z tego, że jestem częścią Bell. To poważna i zrównoważona firma, która oferuje mi bezpieczne miejsce pracy od 40 lat.

Co poradziliby Państwo swoim młodszym współpracownikom?

Benno Eggenschwiler: Wykorzystajcie każdą okazję do dalszego rozwoju. Wasz wyuczony zawód będzie się zmieniał aż do emerytury. Inwestujcie w swoje zdrowie. Jeśli pojawi się taka możliwość, skróćcie drogę do pracy – zaoszczędzony czas i koszty zawsze będą Wasze.

Pełne wywiady z obiema jubilatkami i jubilatem zostaną opublikowane w najbliższych tygodniach na my Bell Food Group.

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 13 grudnia 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.