

envogue



**Integration - Anwendung
Daten - Laufmeter**

Inhalt

4

Markt + Geschäft
Neue Wellpappenanlage am Standort Oensingen

6

Markt + Geschäft
Neues ERP-System in der Bourquin Gruppe

9

Brieger
BRIFOOD - Gourmet to go

12

Kunden + Ideen
Knusprig, heiss und frisch

16

Kunden + Ideen
Trends

18

Interview
Reduzieren, wiederverwenden und recyceln

20

Kultur + Engagement
**Mit dem Lastwagen durch die Wüste zu fahren:
Ein Bubentraum**

24

Kultur + Engagement
Die duale Ausbildung - Werte und menschliches Kapital

26

Engagement
Arbeitsplatzattraktivität

27

Brieger
BRIEGER erhält Label für soziale Verantwortung

Impressum

EnVogue | Mitarbeiter- und Kundenzeitschrift
der Bourquin SA

Redaktion:

Luis Flores, Leitung, l.flores@bourquinsa.ch
Gabi Ruetsch, g.ruetsch@bourquinsa.ch
Cynthia Uelligger, c.uelligger@bourquinsa.ch

Herausgeber: Bourquin SA | bourquinsa.ch

Layout: GRAFIKREICH AG, Laupen BE

Übersetzung: Scribe GmbH, Biel

Druck: Bubü AG, Mönchaltorf

Fotografie:

Alpnach Sonnenstrom AG
BHS Corrugated
Robin Daiz
Delicious Network AG
Elise De Sousa
Grafikreich AG
Fynn Käser
MOTOREX AG
Foto Römmel
Daniel Schöni
Raffaele Tromiro
VEBO

2 Inhalt

Vorschau:

Schaffenskraft





Liebe Leserin, lieber Leser

Um schnell auf Veränderungen reagieren zu können, müssen Unternehmensprozesse im Handumdrehen anpassbar sein. Unternehmensressourcenplanung oder auch allgemein als ERP-System verstanden, maschinelles Lernen, neuronale Netzwerke – oder wie man diese weit entwickelten Programme nennen will – verändern in der heutigen Zeit die Möglichkeit zum Gewinnen von Erkenntnissen massiv.

Ähnliches passiert aktuell mit der Intelligenz, die nicht mehr dem Menschen allein vorbehalten ist. Nein, auch Maschinen können intelligent sein. Darum durchdringt die sogenannte künstliche Intelligenz - KI - nicht nur die Gesellschaft, sondern ist grundlegend für die Entwicklung der Wissenschaft.

Um mit dieser Entwicklung Schritt zu halten, verbessern wir bei Bourquin SA unsere Möglichkeiten in Anwendungen, im Datenmanagement und in der Umsetzung. Einen weiteren grossen Schritt gehen wir nun. Zwischen Juni und Oktober dieses Jahres führen wir innerhalb der Bourquin-Gruppe ein neues ERP-System ein und nehmen eine Wellkartonanlage der neuesten Generation mit 2.80 m Arbeitsbreite am Standort Oensingen in Betrieb.

Mehr dazu und weitere interessante und spannende Themen erfahren Sie in dieser neusten Ausgabe der enVogue.

Viel Freude beim Lesen.

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Felix Eggenschwiler'. The signature is stylized and fluid.

Felix Eggenschwiler,
Leiter Produktentwicklung und Druckvorstufe

Neue Wellpappenanlage am Standort Oensingen

Wellkartonlaufmeter mit höchster Produktivität im digitalen Zeitalter!

Mit dem am 6. Dezember 2023 erfolgten symbolischen Spatenstich haben die Bauarbeiten zur Erneuerung und Erweiterung an unsrem Standort in Oensingen begonnen. Diese Arbeiten erfolgen bei laufender Produktion und wir rechnen mit einer Bauzeit von neun Monaten, bis die neue Wellpappenanlage im Herbst dieses Jahres in Betrieb gehen kann.

Wir wollten vom Projektleiter, Marcus Egger, mehr über dieses Grossprojekt bei Bourquin SA erfahren.

enVogue: Herr Egger, wie lange sind Sie schon in der Welt des Wellkartons?

Marcus Egger: In der Wellkartonbranche bin ich seit 2017, seit meinem Eintritt bei Bourquin SA. Der Kreis scheint sich zu schliessen, habe ich doch mein Berufsleben in einem Zellstoff-Werk begonnen und auch einige Jahre für eine Papierfabrik gearbeitet.

enV: Als einem der führenden Schweizer Verpackungsunternehmen boten sich Bourquin SA in einem überschaubaren Markt von verschiedenen Herstellern verschiedene Anlagenoptionen. Wieso hat man sich für BHS Corrugated entschieden?

ME: BHS Corrugated ist ein renommierter Hersteller von Wellpappenanlagen mit langjähriger Erfahrung. Innovative Lösungen und modernste Technologie gehören, wie ein umfassender Kundenservice und Support ebenfalls dazu. Als Verpackungshersteller waren uns diese Kriterien wichtig, um Qualität, Effizienz, Möglichkeiten (Wellenkaliber/Papiersorten) und Zuverlässigkeit zu verbessern.

enV: Diese Wellkartonmaschine der neuesten Generation deckt mit einer durchdachten Zusammensetzung ein optimal abgestimmtes Portfolio an Möglichkeiten ab. Sie ist mit einer Vielzahl an Automatisierungsfeatures ausgestattet.

ME: Die Automatisierungsfeatures der Maschine ermöglichen einen effizienteren Produktionsablauf, da bestimmte Prozesse automatisiert werden können. Dies führt zu einer Reduzierung von manuellen Arbeitsaufwänden, einer Steigerung der Produktionsgeschwindigkeit und einer Verbesserung der Gesamtproduktivität. Durch effizientere Prozesse und den Einsatz von umweltfreundlichen Materialien können wir unseren ökologischen Fussabdruck reduzieren und einen Beitrag zum Umweltschutz leisten.

enV: Die Neuanschaffung war ja nicht nur eine „Ersatzinvestition“. Markttrends oder die rasant fortschreitende digitale Transformation am Markt waren bestimmt ebenso wichtig, wie die Möglichkeit, leichtete Wellkartonroh papier-Grammaturen und verschiedenste Wellenkaliber und -kombinationen produzieren zu können. Können Sie uns dies näher erläutern?

ME: Auch unsere Industrie unterliegt ständigen Veränderungen und Entwicklungen, die durch sich ändernde Verbraucherbedürfnisse, Umweltauflagen und technologische Fortschritte beeinflusst werden.

enV: Für das Dach der neuen Produktionshalle, wo die neue Wellpappenanlage installiert wird, wurde eine Photovoltaikanlage konzipiert. Was erreicht man dadurch bezüglich Energieverbrauch und CO2 Ausstoss? Solche modernen Maschinen müssen auch der Nachhaltigkeit Rechnung tragen oder?



ME: Die Installation der Photovoltaikanlage auf dem Dach der neuen Produktionshalle ermöglicht es uns, die Emissionen unserer Produktionsanlagen weiter zu reduzieren und unterstreicht unser Engagement für Nachhaltigkeit und verantwortungsbewusstes Handeln in der Verpackungsproduktion.

enV: Wie muss man sich die zukünftigen internen Abläufe im Vergleich zur heutigen Wellkartonproduktion am Standort Oensingen vorstellen? Automatisierung in einer bestimmten chronologischen Reihenfolge nach dem Abtransport der für die Weiterverarbeitung bestimmten Wellkartonbogen ab der neuen Wellpappenanlage?

ME: Unsere zukünftigen internen Abläufe werden vermehrt automatisiert. Die Prozesse werden schneller, präziser und kosteneffizienter ablaufen, was zu einer insgesamt optimierten Produktion führt.

enV: Zum Schluss... Nächstes Projekt?

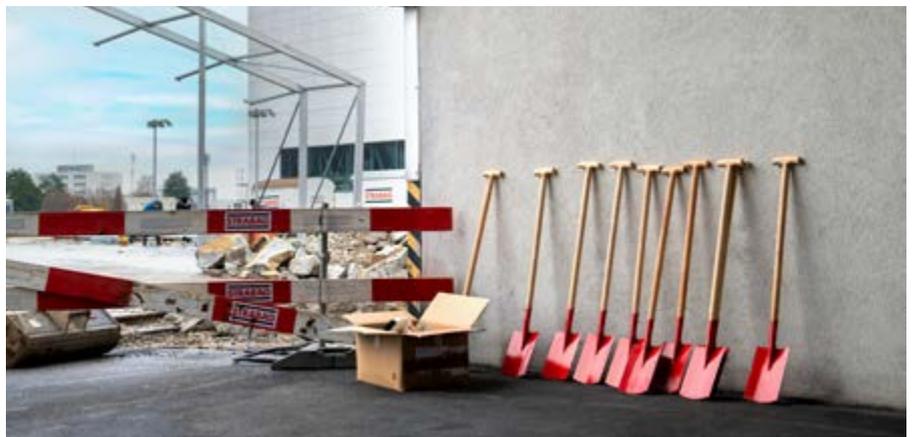
ME: Im Moment konzentriere ich mich zu 100% auf unser „WPA-Projekt“. Die Installation ist nur der Anfang.



Ein Bekenntnis auch zum Standort

Mit dieser Investition stärkt die Bourquin SA nicht nur die Zukunftsfähigkeit des Familienunternehmens, sondern steigert die Verpackungsqualität und die Möglichkeiten der hergestellten Verpackungsprodukte.

Für die Familie Bardelli ist dies ein klares Commitment gegenüber Kunden, Partnern, der Gemeinde Oensingen und nicht zuletzt gegenüber den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in der Bourquin-Gruppe. Die Investition in diese neue Wellpappenanlage und die dazugehörige Peripherie ist ein Grundpfeiler dafür.



Automatisierung Möglichkeiten Sicherheit

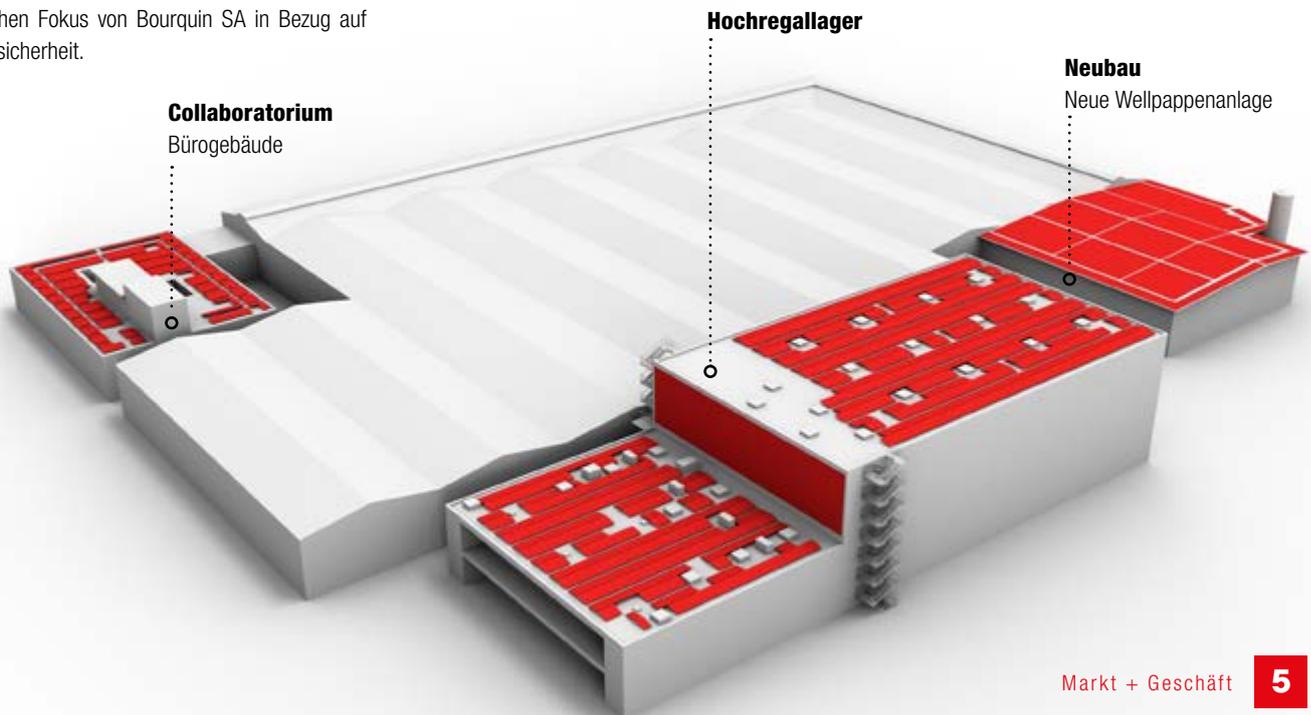
Die neue Wellpappenanlage wird eine grössere Arbeitsbreite haben und somit eine bessere Papierausnutzung gewähren und eine höhere Geschwindigkeit ermöglichen.

Zudem verfügt die Anlage über die neuesten Sicherheitsstandards und unterstreicht somit den hohen Fokus von Bourquin SA in Bezug auf Arbeitssicherheit.

Mit einer neuen Automatisierung der internen Logistik (Fördersysteme) für die Weiterverarbeitung sowie eines neuen Zwischenlagers erhält der Produktionsstandort in Oensingen weitere Optimierungen des Produktionsprozesses.

Strategie der Nachhaltigkeit

Im Sinne der Nachhaltigkeitsstrategie der Bourquin SA wird mit der Investition in den Neubau und die neue Wellpappenanlage dem reduzierten Energieverbrauch und damit dem CO2 Ausstoss Rechnung getragen. Eine Photovoltaikanlage auf dem Dach des Neubaus gehört ebenfalls dazu.





Neues ERP-System in der Bourquin Gruppe

Ein Fels in der Brandung – stabil und unverrückbar?

Wir haben beim Projektleiter ERP-Bourquin-Gruppe, Daniel Paksi nachgefragt, wie er die Zukunft mit dem neuen ERP-System bei Bourquin SA sieht und wie diese ERP-Lösung in Zukunft die Prozesse verändert?

enVogue: Funktionalität und Mobilität – Unternehmen wie Bourquin SA suchen vermehrt nach ERP-Lösungen, welche mehrere Niederlassungen unterstützen und mobil auf ERP-Daten und Prozesse zugreifen können, sogenannte cloud-basierte Lösungen. Was kann man vom neuen ERP-System bei Bourquin SA sagen?

Daniel Paksi: Wir haben uns für eine Cloud-Lösung entschieden, weil wir hier gezielt die Ressourcen, wie auch die Flexibilität verteilen und gewährleisten wollen. Dazu gehört die Bereitstellung von IT-Ressourcen, ausreichender Speicherplatz, hohe Rechnerleistung und externe Wartung der Anwendungen und des Systems. Eine zweite Standleitung an unseren Standorten zu installieren sorgt dafür, dass auch der Zugriff bei einem Ausfall jederzeit gewährleistet ist.

enV: Es gibt kaum ERP-Systeme, die die gesamten Prozessabläufe abbilden können. Wie ist es bei Bourquin SA – können oder mussten bereits vorhandene Systeme „integriert“ werden?

DP: Das neue ERP-System ist eine Standardlösung, die viele Bereiche und Prozesse abdeckt. Alles, was wir nicht über diese Standardlösung lösen oder nutzen können, erfordert die Integration von Umsystemen, wie ein Lagerverwaltungssystem oder das CRM-Tool.

enV: Wie sieht die „GOLive“-Phase aus. Ist man im Plan? Was beschäftigt Sie am meisten und wie sieht die Umsetzung konkret aus?

DP: Je näher wir uns dem „GOLive-Termin“ nähern, desto hektischer kann es werden. Das muss schrittweise und sorgfältig geplant werden, um die Systemkonfiguration auf die spezifischen Anforderungen zu gewährleisten. Dabei werden die bestehenden Daten aus den alten Systemen in das neue ERP-System migriert. Dies beinhaltet die Extraktion, die Transformation und das Laden von Daten aus verschiedenen Quellen.

enV: Die heutigen Geschäftsmodelle am Markt ändern sich immer schneller, die Kunden expandieren in neue Märkte und Segmente. Die Anforderungen an Datenmanagement werden immer komplexer. Inwieweit kann hier das neue ERP-System von Bourquin SA unterstützen?

DP: Wir haben uns für eine zentrale Datenhaltung über die Cloud-Lösung entschieden, in der alle relevanten Unternehmensdaten an einem Ort gespeichert werden. Diese erleichtert die Verwaltung von Daten und sorgt für konsistente und aktuelle Informationen in allen unseren Bereichen.

enV: Wie sieht es mit der Schulung und Weiterentwicklung aus? Das ERP-System benötigt vermutlich interne Ressourcen in Form von „Key-Usern“ und entsprechend eine höhere Agilität bei der Vermittlung der Möglichkeiten, oder?

DP: Ja das ist richtig. Schulung und kontinuierliche Weiterentwicklung sind entscheidend für den Erfolg eines neuen ERP-Systems. Unsere Key-User spielen dabei eine wichtige Rolle, da sie über ein tiefes Verständnis unsere Prozesse und unseres neuen Systems verfügen.

enV: Jeder muss heute agiler sein. Mehr Ressourcen bedeutet nicht, dass Systemwissen und Lernen überflüssig werden, selbst „ERP-Spezialisten“ im Unternehmen müssen ihre Teams in kleinere Abteilungen aufteilen, damit sich alle dynamisch bewegen, ganz entsprechend den Kundenbedürfnissen oder Benutzeranforderungen. Richtig?

DP: Wir sind heute in einer schnelllebigen und sich ständig verändernden Geschäftswelt und daher ist es wichtig agil zu sein. Dies gilt auch für die Nutzung eines ERP-Systems.



enV: Was können Sie den Kunden bezüglich zukünftigem Nutzen der neuen ERP-Lösung bei Bourquin SA mitteilen?

DP: Die für die Sicherstellung der Geschäftsprozesse notwendigen Aufgaben können schneller erledigt werden.

8 Gründe, warum für uns im neuen ERP-System das CRM-Tool besonders wichtig ist.

Gabi Ruetsch, Leiterin Marketing Services

Geld und Zeit sparen

Indem Routineaufgaben wie Dateneingabe oder Berichterstellung automatisiert sind, für die sonst mehr Personal erforderlich wäre, schneller und kostengünstiger erledigt werden können.

Skalierbarkeit

Es ermöglicht die Erfassung von Kundeninformationen und stellt sicher, dass das Verkaufsteam die richtigen Prozesse einhält und jeden Lead im Auge behält.

Erstellen von Berichten

Die Vorbereitung von Berichten / Präsentationen ist in der Regel kein einfacher Prozess. Dank automatisierter Berichte, interaktiver und anpassbarer Dashboards einfacher.

Kommunikationsverfolgung und -analyse

Durch den Zugriff auf aggregierte Interaktionen zwischen Kunden und Marketing-, Verkaufs- und Kundendienst.

Marketingoptimierung

durch zentrale Verwaltung und Sicherung von Wissen um Verkaufschancen, Kontakte und Zeitpläne gepaart mit leichtem Zugang bei Bedarf.

Segmentierung

Um Daten über Leads und Kunden schnell und einfach zu organisieren und zu kategorisieren, indem Funktionen wie Datenfelder, Filter und Querverweise verwendet werdeneinfacher.

Zeitmanagement

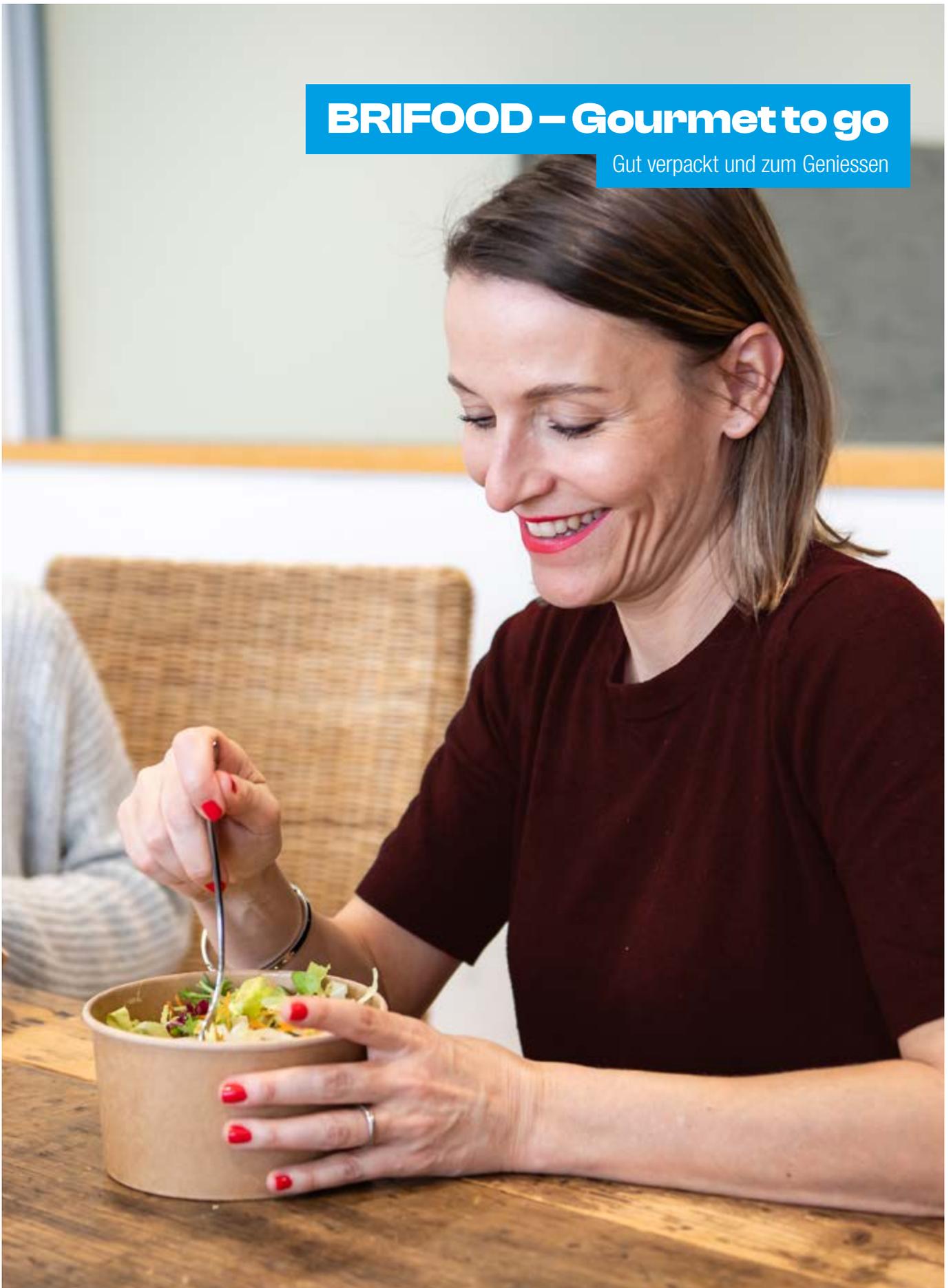
durch Automatisierung von Arbeitsabläufen, um Aufgaben im Verkauf zu priorisieren und Zeitpläne zu optimieren.

Integration von Kontakten und Erhöhung der Kundenloyalität durch besseres Verstehen der Kundenbedürfnisse.



BRIFOOD – Gourmet to go

Gut verpackt und zum Geniessen



„Street Food, Online-Food, Ready to go“ diese Ausdrücke haben Sie bestimmt schon gelesen oder gehört. Diese Art, sich zu verpflegen, ist hip, modern, schnell und unkompliziert. Rund um den Globus ist es heute nicht mehr nur ein Trend. Was macht den Reiz dieser kunterbunten Verpflegungsart aus? Woher kommt sie?

Die ältesten Spuren von Speisen, die auf der Strasse zubereitet und gekocht wurden, stammen aus den Anfängen unserer Zivilisation, vor etwa zehntausend Jahren. Die Griechen beschrieben bereits die ägyptische Sitte, Fisch zu braten und auf den Strassen zu verkaufen. Das war eine Tradition im Hafen von Alexandria, die damals von ganz Griechenland übernommen wurde. Von Griechenland ist der Brauch in die römische Welt übergegangen, hat sich bereichert und ist zu unzähligen Variationen geworden. Wie wir sehen können, lebt er auch heute noch. Sich „online“ ein Mittag- oder Abendessen zu bestellen ist Normalität geworden.

In der turbulenten Zeit, in der wir leben, ist Flexibilität oberstes Gebot. Starre Arbeitszeiten und fest geplante Mittagspausen gehören der Vergangenheit an. In anderen Teilen der Welt, wie Lateinamerika oder Asien, ist dieser Lebensstil schon lange allgegenwärtig. Gegessen wird, wenn sich Zeit findet und das am liebsten überall. Das ist praktisch und unkompliziert. Was hierzulande noch als Trend gilt, gehört dort vielerorts bereits zum Alltag. Kein Wunder also, dass diese Art zu Essen irgendwann auch bei uns in Europa Halt machen würde.

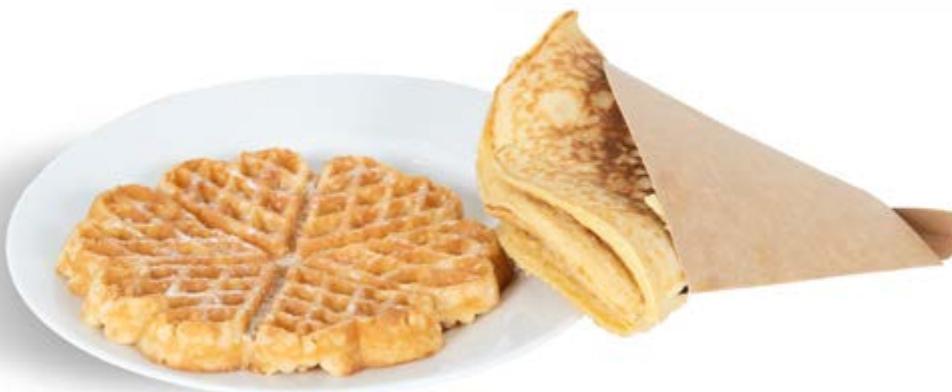




Neugierig?

Wir bei BRIEGER sind der Meinung, dass es für jeden einfach sein sollte, Street- oder Online-Food mitzunehmen und auch zu geniessen. Dies, ohne ein schlechtes Gewissen zu haben, weil wir einen weiteren Wegwerfkarton zu unserem ständig wachsenden Abfallberg hinzufügen.

Unsere BRIFOOD-Verpackungen sind umweltfreundlich - so wie alle Verpackungen von BRIEGER. Die Schalen, Boxen oder Wrap's werden flachliegend angeliefert. Je nach Konstruktion und Ausführung sorgen auch integrierte Automatikböden für einfaches Aufstellen und Verschliessen. Diese Verpackungslösungen sind 100% recycelbar, biologisch abbaubar und damit ein wichtiger Beitrag in Sachen Nachhaltigkeit.





„Knusprig, heiss und frisch“ –

Nicht nur der Inhalt ist wichtig, auch das Drumherum

Eine leckere Pizza rasch für „to go“ oder für zu Hause zu bestellen ist einfach und in der heutigen Zeit sozusagen ein Hit. Was aber wirklich Freude bereitet, ist die Pizza, die knusprig, heiss und frisch ist.

Das dachten sich auch die Food-Liebhaber der Delicious Network AG. Also hat das motivierte Team der Langenthaler Innovations-Schmiede in den letzten Monaten gemeinsam mit Bourquin an einer Verpackungslösung „herumgetüftelt“.

Herausgekommen ist eine Pizzaverpackung, die dafür sorgt, dass Online- oder Streetfood auch zu Hause, im Büro oder unterwegs ein Genuss ist.



Der Ansatz

Was macht eine hochwertige Pizzaverpackung aus? Wir meinen, dass eine solche Verpackung weit mehr als eine schlichte Hülle für eine Pizza ist. Denn sie transportiert Emotionen, ist zugleich Markenbotschafterin, Transport- und Genusschutz in einem. Ausserdem kann sie darüber entscheiden, ob „Streetfood-Konsumenten“ beim Öffnen und Entsorgen der Pizzabox einen guten Eindruck haben. Die Qualität der Pizza ist schlussendlich ausschlaggebend, aber die Verpackung dazu ist nicht minder entscheidend für einen bleibenden Eindruck. Schliesslich ist sie das Erste, was Kunden sehen und anfassen, wenn der Pizzakurier kommt. Grund, sich Gedanken über das Verpackungsdesign zu machen. In diesem Beitrag erläutern wir zentrale Aspekte, die sowohl für uns aber auch für Delicious Network wichtig waren. Wenn man auf der Suche nach hochwertigen Pizzakartons ist, dann ist man bei Delicious Network richtig. Delicious Network AG bietet ein exklusives Sortiment an „Streetfood-Verpackungen“ an: (www.delicious-network.ch). Darunter auch Pizzakartons, die nicht nur funktionell sind, sondern die „Pizzapräsentation“ einzigartig machen. Darüber hinaus sind die Pizzakartons mit einem pfiffigen Standard-Aufdruck und in verschiedenen Grössen erhältlich. Sowohl für traditionelle Pizzen-Formate als auch für andere Pizza-Arten wie z.B. „Calzone“.

Die Pizzakartons sind so konzipiert, dass sie eine elegante und professionelle Präsentation von Pizza-Varianten ermöglichen. Egal in welchem Design oder in welcher Farbe, die Pizzakartons von Delicious Network - unter der Marke CARTONY - verleihen einen rustikalen und warmen Touch, der das köstliche Aussehen der Pizza perfekt ergänzt. Die Pizzakartons sind aus strapazierfähigem Wellkarton gefertigt, der den Inhalt schützt und die

Pizza während des Transports warm und frisch hält. Wichtig für uns alle war es, die Pizzakartonmodelle so zu gestalten, dass sie „auffallen“ und funktionell ihren Zweck erfüllen. Damit meinen wir auch die „Abstandhalter und Luftlöcher“, die beim Transport für die notwendige, gute Atmosphäre im Inneren der Pizzaschachteln sorgen.

Das Material: Wellkarton und Zellulose

Dämmen mit Zellulose kennen viele Bauherren in Form von Einblasflocken, beispielsweise bei der nachträglichen Dämmung von Aussenwänden oder Dachflächen. Auch für das Dämmen von gekrümmten Flächen sind die Flocken bestens geeignet, da sie sich an jede Form anpassen lassen.

Bei der Konzeption einer Pizzaverpackung aus vier Lagen Zellulosepapier wollten wir neben dem „Dämmeffekt“ auch weitere Vorteile von Wellkarton nutzen. Die sich auf der Innenseite befindende Auflagefläche ist eine offene, nicht abgedeckte Welle aus Zellulosepapier. Dadurch ist die Belüftung der Pizza verbessert und der Teig bleibt „knusprig“, da dieser nicht ganz auf der Papieroberfläche aufliegt. Die Atmosphäre darin trägt der Temperatur Rechnung und der Dampf kann -

auch dank der Luftlöcher / -schlitze - entweichen. Ebenfalls sorgen die 4 Papierschichten für eine höhere Widerstandsfähigkeit beim Transport.

Beim Zellstoffpapier handelt es sich also um einen nachwachsenden Rohstoff, der wie andere Wellkartonpapiere hergestellt wird. Wellkarton wird seit dem Ende des 19. Jahrhunderts industriell produziert und die Produktion ist mittlerweile so optimiert, dass auch dem Energieverbrauch Rechnung getragen wird. Für die Verklebung der Papier-Schichten wird Leim aus Mais- bzw. Kartoffelstärke verwendet. Das macht die gefertigte Verpackung ökologisch und nachhaltig.

Wie ökologisch und vor allen Dingen nachhaltig Wellkarton wirklich ist, zeigt sich nicht zuletzt in seiner Recyclingfähigkeit. Das eingesetzte Material kann komplett wiederverwertet werden, da bei der Produktion von Wellkarton immer Altkarton mit Holzfrischfasern kombiniert werden.

Die eigentliche Dämmleistung des diffusionsoffenen Baumaterials liefern die Luftkammern des Wellkartons. So beeinflussen Anzahl und Anordnung der Schichten, 1- / 2- oder 3-wellige Wellenkaliber sowie die Höhe der Wellen die Dämmwirkung. Die Wärmeleitfähigkeit von Wellkarton liegt bei 0,04W/mK und kann darum als Material gute Dämmdienste leisten.





Napulé – Raffaele Tromiro

Pizzen nach neapolitanischem Vorbild per Klick nach Hause

Napulé – Pizza ist wie Poesie

Napulé? Kennt jeder Pizza-Fan in der Schweiz. Pizzaiolo Raffaele Tromiro verzaubert den Grossraum Zürich mit Pizzen nach neapolitanischem Vorbild, die zu den besten der Stadt gehören: Die lange Teigführung, die den Teig leicht und bekömmlich macht, die hohe Hydratation sowie die kurze Backdauer bei über 400 Grad Celsius. Die Kunst des Pizzabackens liegt Raffaele Tromiro in den Genen. Denn bereits sein Grossvater und Vater waren Pizzaioli mit eigener Pizzeria in Neapel. Von seinem Vater lernte er das Geheimnis für den perfekten Pizzaboden – und dieses Geheimnis hütet er bis heute.

Ende Oktober letzten Jahres fand in Neapel die Verleihung der „L'Arcimbollo d'Oro 2023“ statt, bei der die besten Pizzameister aus Italien und dem Ausland für ihr Handwerk prämiert wurden. Der dreifache Pizza-Weltmeister und Napulé-Gründer Raffaele Tromiro war unter den internationalen Pizzaiolos, die den renommierten Preis erhalten haben. Die Trophäe ist ein weiterer Meilenstein in seiner Karriere. Für Raffaele Tromiro ist Pizza wie Poesie – es braucht grosse Dichter, um ein gutes Gedicht zu schreiben. Sprich: es braucht leidenschaftliche Hände und absolute Hingabe, um die vollkommene Pizza zu erschaffen.



Handgemacht mit viel Leidenschaft und ohne Kompromisse

Den Mozzarella beschafft Raffaele Tromiro in der Schweiz aus Milch von Schweizer Kühen. Die Tomaten für die Sugo sind alle lokal bei Neapel auf den Feldern angebaut – und von der Sonne verwöhnt.

Den Pizzateig lässt er länger als die Konkurrenz ziehen, nur so wird die Luftigkeit und der krosse Rand garantiert. Die Grundlage seiner echten neapolitanischen Pizza bildet aber „Vera Napule“. Das Premium-Pizzamehl, das Raffaele Tromiro selbst mitentwickelt hat, lässt er ebenfalls in der Schweiz herstellen.

Was Raffaele Tromiro besonders ausmacht, ist, dass er keine Kompromisse eingeht. Auch beim Pizzakarton nicht. Die Zusammenarbeit mit Delicious Network AG kommt darum nicht von ungefähr.

Das Phänomen, das jeder kennt, der schon den Deckel des Pizzakartons „lüften“ durfte, hat mit der Natur der Pizza selbst zu tun: Es handelt sich ja vom Prinzip her um ein frisches, blitzartig bei grosser Hitze knusprig gebackenes Brot, das mit einer Tomatensauce gewürzt wurde. Und obendrauf schlägt dazu noch Mozzarella seine köstlichen Blasen. Was ausserordentlich „mundentauscht“ kann an einem Tisch in der Nähe des Ofens im Restaurant enttäuscht aber oft nach längerer Transportzeit.

Ganz gleich, ob vom Beifahrersitz im eigenen Auto oder auf dem Rücken im Rucksack des Pizza-Kuriers: Der Rand, vorher noch „wulstig“ aufgepumpt

wie ein Pneu, zeigt Dellen. Der Top-Layer aus Käse ist elastisch geworden und neigt dazu, sich wie Kaugummi zu verhalten. Einzig die Sauce hat ihre Konsistenz noch beibehalten. Die Schuld an der Wandlung trägt die Abwärme der Pizza, die bei bis zu 400 Grad Celsius gebacken wurde, und – der Pizzakarton. Während des Transports hat sich in ihm nicht zu knapp Kondensationsfeuchtigkeit gebildet. Die Knusprigkeit des Pizzabodens wurde davon aufgeweicht.

Doch dank innovativer Verpackungslösungen wie der von Delicious Network AG gehört dieses Problem der Vergangenheit an. So bleibt der Genuss einer köstlichen Pizza, egal wo und wann sie gegessen wird, wie er sein soll - einfach "perfetto".



envogue

Trends



nurnatur Würzenbach Drogerie

Postversandverpackung

Diese gestanzte Postversandverpackung mit Automatenboden ist sehr einfach zu händeln. Dank Selbstklebeband ist sie einfach zu verschliessen und mit dem Aufreissband im nu geöffnet. Der 1-farbige Innen- und Aussendruck gibt das gewünschte natürliche Aussehen.

Mit den 3 Grössen kann das gesamte Sortiment verschickt werden. Mit den Zusatzrillen ist eine Volumenreduktion einfach möglich und Polstermaterial wird minimiert. Am Boden befindet sich eine Arretierung, welche ein Entwenden des Inhalts so weit als möglich unterbindet.

MOTOREX AG

Musterkoffer



Dieser Musterkoffer mit Reinigungs- und Schmiermitteln von MOTOREX ist ein Kundengeschenk für Neukunden und ein Messe-Give-Away, mit welchem das Sortiment der MOTOREX Produkte präsentiert wird.

Der Koffer ist aus E-Welle digitalbedruckt auf gestrichenes Papier. Die Ausstanzung auf der Vorderseite zeigt den Inhalt. Die Produkte werden in die passende Einlage eingeklemmt und sind perfekt geschützt.



Coca-Cola HBC Schweiz AG

Tree Cents

Diese Transportverpackung für 12 Softdrink Flaschen für die Gastronomie schaut gut aus. Dank den voll überlappenden Lappen des Automatenbodens in B-Welle trägt sie viel Gewicht und ist robust. Sie ist ausserdem einfach im Handling beim Aufstellen und Befüllen. Der einfarbige Druck gibt das Drucksujet klar wieder.

Margot Fromages SA

Versandbox + Display

Unser Kunde – ein Veredler von Schweizer Käse seit 1886 – modernisierte seine Verpackungen, um die Schweizer Identität zu widerspiegeln und den Käse für die nationale und internationale Kundschaft attraktiv zu machen. Gemeinsam haben wir überzeugende Motive mit einem historischen Bezug zur Schweiz ausgewählt und passten diese an den Standard-Flexodruck an, um eine durchgehende Linie von Primär- und Sekundärverpackungen zu kreieren. Das Ergebnis ist gelungen: Die Verpackung verstärkt das Image der Marke unseres Kunden und bietet in den Regalen auf der ganzen Welt mit einer unverwechselbaren Verpackung einen Augenschmaus.



Mauler & Cie SA

Flaschenverpackung

Bourquin SA wurde von Mauler & Cie SA beauftragt, eine elegante Erneuerung für die beiden hochwertigen Weine durchzuführen. Das Druckverfahren sollte mit einem sogenannten soft touch und einer kalten Vergoldung vereinheitlicht werden. Der Offsetdruck in sechs Farben und der matte UV-Lack sowie die kleinen Rillen werten die beiden Produkte auf und bieten gleichzeitig Schutz.

Die Box mit Automatenboden präsentiert die Flaschen der beiden Weinsorten Louis-Edouard Mauler und Excellence Brut. Auf zur Schaumwein-Degustation!



LägererBräu

Tragverpackung

Diese Tragtrays und Tragverpackungen mit Automatenbodenverschluss für 33 cl und 50 cl Bierflaschen wurden mit dem neuen Design der LägererBräu hergestellt.

Die 3 Ausführungen des Druckbildes widerspiegeln die jeweilige Biersorte. Der 3-farbige Bunt- und Schriftzugdruck mit Lack gibt das Drucksujet perfekt wieder.

Durch die Wahl des Materials und Druckverfahrens ist diese Verpackung im Vergleich zu einer kaschierten Ausführung umweltschonender.

„Reduzieren, wiederverwenden und recyceln“

Gilt auch für Wellkarton



Die Laiteries Réunies Genève (LRG) setzen sich für nachhaltige Entwicklung bei der gesamten Produktionskette ein – von der Auswahl der Rohstoffe bis zu ihrer Verarbeitung. Der aktive Umweltschutz und die Teilhabe an der nachhaltigen Entwicklung haben Priorität. Deshalb verwenden sie lokale Rohstoffe, bevorzugen an unser Ökosystem angepasste Herstellungsverfahren und Verpackungsmaterialien, neben Recycling oder Biogasaufbereitung von Abfällen, die aus Ihren Tätigkeiten hervorgehen.

Laetitia Cleaz-Savoyen, Verantwortliche Einkauf Rohmaterial & Verpackungen bei LRG, erklärt uns im folgenden Interview den Unterschied zwischen „Lösungen zum Einmalgebrauch“ und „wiederverwendbaren Lösungen“ für ihr Unternehmen.

enVogue: Wie wichtig ist nachhaltige Entwicklung für Sie in Ihrer Funktion und für die Gruppe Laiteries Réunies?

Laetitia Cleaz-Savoyen: Die Laiteries Réunies möchten den Konsum von natürlichen Ressourcen im Geschäftsalltag stark reduzieren und so zur nachhaltigen Entwicklung beitragen sowie ihre Auswirkungen auf die Umwelt eingrenzen. Die soziale Säule der nachhaltigen Entwicklung wird auch mit sozialen Aktionen und den Einbezug von Menschen mit einer Beeinträchtigung berücksichtigt. Seit Jahren setzen wir uns stark dafür ein.

Die nachhaltige Entwicklung wird im gesamten Lebenszyklus unserer Produkte berücksichtigt – von der Konzeption bis zur Wiederverwertung in den verschiedenen Betrieben. Beim Einkauf achten wir auf die Herkunft unserer Rohstoffe und Verpackungen. Wir arbeiten beispielsweise nur mit Lieferanten aus der Schweiz oder aus Europa zusammen, die mittlerweile zu richtigen Partnern wurden. Dies schafft gegenseitiges Vertrauen.



enV: Tradition spielt in der Milchwirtschaft zwar eine wichtige Rolle, aber der Sektor unterliegt verschiedenen Trends und gesetzlichen Vorgaben, insbesondere im Bereich Ökologie. Welche sind das, und wie gehen Sie damit um?

LCS: Mit dem CO₂-Gesetz möchte die Schweiz die Treibhausgasemissionen bis 2030 im Vergleich zu den Emissionen von 1990 halbieren. Wir arbeiten momentan unter anderem an der Zusammenstellung der CO₂-Bilanz von Produkten und Dienstleistungen unserer Gruppe. Zudem möchten wir in die Reduktion unseres Energiekonsums investieren. Die Umwelt war für unser Unternehmen schon immer eine Priorität.

enV: Welches sind Ihrer Meinung nach die grössten Risiken und Herausforderungen im Bereich Ökologie?

LCS: Erstens, mit unserem Engagement kein Greenwashing betreiben. Zweitens, die Verfügbarkeit von Rohstoffen und die Ressourcenknappheit: Dazu gehören auch der Klimawandel, der die Ernten in der ganzen Welt beeinflusst, der Druck auf die natürlichen Ressourcen und der Anstieg der Weltbevölkerung.

Drittens, die Abfall- und Verpackungsbewirtschaftung: Die Plastikverwendung ist zu reduzieren und nachhaltige Verpackungen sind zu fördern, indem mit den natürlichen Ressourcen nachhaltig umgegangen wird – ja zur weitgehenden Verwendung von Kartonverpackungen, nein zur nicht-nachhaltigen Bewirtschaftung von Wäldern.

Und viertens, die ökologische Nachhaltigkeit. Die Lebensmittelindustrie benötigt zahlreiche Ressourcen und steht unter Druck, um den Einfluss auf die Umwelt zu reduzieren; wir sprechen da von der Bewirtschaftung des Wasserverbrauchs, der Reduktion der Treibhausgasemissionen, usw.

enV: Wir konnten Ihnen mit dem Wellkarton eine Alternative zur bestehenden Plastiklösung anbieten. Welche Rolle spielt eine solche Entwicklung bei der Umwandlung der Laiteries Réunies in ein nachhaltigeres Unternehmen?

LCS: Um weiterhin am Markt und nachhaltig zu sein, müssen wir uns immer weiterentwickeln und uns den Herausforderungen der heutigen Zeit stellen. Wir alle können und müssen im eigenen Umfeld handeln – das schulden wir unserem Planeten und den künftigen Generationen!

Wie bei der bisherigen Plastikbox kommt der Karton mehrmals zur Anwendung für die Transporte zwischen unseren Lagerhallen und unseren Kunden, bevor er recycelt wird. Wir verwenden also einen natürlichen und nachhaltigen Rohstoff, um eine Lösung mit den erwarteten Funktionalitäten zu haben.

enV: Werfen wir zum Schluss einen Blick auf die Zukunft. Wie entwickelt sich die Gruppe Laiteries Réunies künftig? Und welches sind die nächsten Ziele im Bereich nachhaltige Entwicklung?

LCS: Wir arbeiten an mehreren Bereichen wie beispielsweise an der Reduktion von Plastik in vielen unserer Verpackungen und an der Verwendung von Labels für Nachhaltigkeit und Regionalität für unsere Rohstoffe sowie unsere Verpackungen (Suisse Garantie, GRTA, FSC, usw.). Die Gruppe knüpfte dieses Jahr Solidaritätspartnerschaften mit mehreren Stiftungen – zum Beispiel mit der Stiftung PRO und der Stiftung Theodora.

Wir werten weiterhin Milch und Fleisch von unseren Produzenten auf und tragen so zum Fortbestehen der Landwirtschaftsbetriebe bei. Damit einen Beitrag zur Entwicklung und zur Dynamik der regionalen Wirtschaft zu leisten, ist etwas, das unserem Unternehmen am Herzen liegt.

Mit dem Lastwagen durch die Wüste zu fahren:

Das war ein Bubentraum von mir.



Daniel Schöni (1971)

Ist Transportunternehmer, Inhaber und Patron der Schöni Transport AG in Rothrist (seit vielen Jahren der Transportpartner der Bourquin-Gruppe). Die Schöni Transport AG gehört zur schöni.ch Holding AG, in der diverse weitere Firmen angesiedelt sind und die von Daniel Schöni und seiner Frau Andrea geführt wird. Das Paar hat drei erwachsene Kinder und lebt in Oberbipp BE.

Unser Transportpartner, Daniel Schöni ist vergangenes Jahr mit dem Lastwagen an die Elfenbeinküste gefahren. Er erzählt in dieser Ausgabe der enVogue, wie es zu diesem Projekt gekommen ist und welche „Hürden“ er unterwegs überwinden musste.

Ein Bubentraum

Schon immer faszinierte mich das Fernfahrertum. Je weiter und je exotischer, desto besser. So bewarb ich mich als junger Fahrer im Dienst meines Vaters auch immer um die weiten Destinationen, möglichst tief in den Süden. Ein Traum blieb jedoch offen: Mit dem LKW durch die Sahara fahren. Der Verwaltungsrat bewilligte nach 30 Dienstjahren eine 2.5-monatige Auszeit. Statt einer Weltreise plante ich seit Herbst 2022 eine Hilfsgütertour mit zwei LKW's an die Elfenbeinküste. Spitalbetten, Schulpulte und sonstiges Material stapelte sich mehr und mehr in unsrem Logistikcenter. Am 20. Februar 2023 war es so weit: es ging los mit der Abenteuerreise durch die Wüste tief nach Schwarzafrika. Die 2250 km durch Frankreich und Spanien bis in den Hafen von Algeciras waren zum Anwärmen gerade richtig. Die 838 km lange Autobahn bis Agadir ist infrastrukturell ein Traum, wovon Europäer träumen. Nach Tiznit wurde es zum ersten Mal richtig eng und bergig, geht es noch einmal durch das Atlasgebirge. Bei einem Ausweichmanöver mit einem uralten Land Rover musste ich rechts raus in den Graben mit tiefsten Löchern. Das wurde einer meiner Auflieger-Achsen zu viel – Fazit Schenkelbruch. So kamen wir im Ort Guelmin in den Genuss, mitzuerleben, wie die Afrikaner mit fast nichts fast alles reparieren können. Mit einem Zeitverlust von einem weiteren Tag ging es weiter in Richtung Westsahara. Mein Traum wird wahr. Sand, Sand und nochmals Sand. Die Wüste wechselt aber regelmässig ihr Gesicht. Steinig, roter Sand, brauner Sand, weisser Sand, „topfeben“ und dann wieder Dünen.

Afrika hat mir mehr gegeben, als es mir abverlangt hat!

Durch Mauretania ging es im Zoll Konvoi mit etwa 30 anderen LKW's. Die 660 km bis an den Grenzfluss Senegal legten wir in 19 Stunden zurück. Die Zollschepperbande wartete schon auf uns, sie wurden von ihren Kollegen 660 km nördlich instruiert: „2 Schweizer, pressant, können zahlen und wollen das Passieren der Grenze nicht nur aus Allah's Händen nehmen“. Innert einer Stunde war alles gefixt und wir fuhren auf die Fähre, die knapp für 2 LKW's Platz hat, über den Fluss.



Im Senegal verbrachten wir dann wieder 1.5 Tage an der Grenze, bis die Transitgenehmigung aus Dakar eintraf. Hier reicht ein verplombter LKW nicht, nein da kommt ein Monsieur vom Zoll gleich selbst mit und schaut, dass wir unterwegs nichts abladen oder aufladen. Sein Name war kompliziert, ich nannte ihn Baba, durfte dafür auch mal an einem seiner Joint's ziehen, welche er im zwei-stunden Rhythmus herstellte und dann genüsslich rauchte. Exotische Düfte in einer LKW-Kabine und ein zunehmend relaxter Fahrer. Durch Senegal gab es zwei Arten von Hindernissen: ca. 4 Arten von Polizei-Organisationen, die einen immer stoppten und dann versuchten, uns unter irgendeiner Begründung zu einer Bussgeldzahlung unter der Hand zu bewegen (manchmal mussten wir einfach bezahlen, wir wollten ja weiter und nicht bis zum nächsten Tag warten). Weitere Hindernisse waren unzählige Geschwindigkeitsdämpfer in Form einer halbmondförmigen Betonwulst auf der Strasse. Maximal Schritttempo und oft noch Luftfederung hochfahren, da sonst die Frontpartie am LKW weggerissen würde. 26 Stunden später hatten wir die 750 km Senegal hinter uns und standen am Grenzposten Kalifourou zu Guinea. Im Senegal wechselte die Vegetation von Sand auf Gras, dann Büsche, kleine Bäume und dann grosse Bäume. Wir begegneten auch vielen Früchteverkäufern am Strassenrand; klar ein Zeichen, dass wir uns den Tropen näherten. Unser Thermometer sah dies auch so und kletterte immer mal wieder gegen die 40 Grad Marke.

Auf den letzten 150 km Strecke bis zur Grenze fuhren wir immer wieder an Ansammlungen von Lehmhütten vorbei. Von Klein bis Gross und von Jung bis Alt wurden unsere beiden roten LKW's bestaunt, man winkte und war sichtlich überrascht, dass zwei Weisse in der Kabine sitzen (na ja, also der eine nur so halb weiss).



Der Grenzposten war dann so eine Bambushütte, wo ein Mann mit grossem Buch sass und alle unsere Daten sauber in sein Buch schrieb. Als wir nach 2 Stunden fahren durften, freuten wir uns schon, endlich mal eine Grenze in europäischer Manier passiert zu haben. Fehlanzeige, nach 20 km Dschungelfahrt auf Schotterpiste kam dann erst das richtige Zollgebäude und klar - „Inshallah“ - kommen wir vor dem Abend hier auch wieder weg, sagte der Monsieur in Zolluniform. So war es dann auch, fast... 2 Tage später, bevor es Nacht wurde, konnten wir los. Da hatte auch alles Intervenieren beim Zollchef nichts geholfen: „zuerst bezahlt ihr die Zollgebühren und dann warten wir auf die Eingangsbestätigung der Zahlung des Hauptzollamtes aus der Hauptstadt“.

Mit dem 40ig-Tonner über Trampelpfade

Die knapp 1200 km durch Guinea an die Grenze zur Elfenbeinküste waren Höhepunkt und Tiefpunkt zugleich. Wenn es asphaltierte Strassen hatte, waren diese mit tiefen Löchern übersät. In Schlangenlinie fuhren wir im Schritttempo und plumpsten von einem Loch ins andere. Das Beste waren eigentlich die Schotterpisten, da konnten wir in der Regel mit 35 km/h laufen lassen. Das war jeweils eine richtige Wohltat. Dann gab es aber noch die Strecken, wo weder Schotter noch Asphalt zu finden waren. Klasse „Trampelpfad“ für zwei 40 Tonnen LKW's. Wir waren aber vorgewarnt, dass Guinea so ziemlich das heftigste sei, um es mit einem LKW zu befahren. Sollte es regnen, gibt es für euch kein Durchkommen mehr, so die Information von Schweizern, die an unserer Strecke ansässig sind. Wir mussten oft im Retourgang zurück. Anlauf holen, um so die Trampelpfadhindernisse oder gewaltige Steigungen im Dreck zu überwinden. Einige Male schien es, als würden wir einfach nicht weiterkommen; da half auch die Differenzialsperre an der Antriebsachse nicht viel. Die Reifen auf der Antriebsachse waren nach der Durchquerung von Guinea komplett zerstört. In 3.5 Tagen sassen wir 65 Stunden hinter dem Lenkrad und gesamthaft resultierte daraus eine Durchschnittsgeschwindigkeit von 17km/h.

Blutverdünner und AdBlue

Mein linker Unterschenkel und Fuss waren so dick geschwollen, dass mein Arzt mir Blutverdünner verschrieb. Nur finde man solche Arznei mitten im Dschungel von Guinea. Wir fragten bei unseren Kontakten rum und siehe da, im Süden von Guinea gab es ein Missionars-Ehepaar, das exakt dieses Mittel in der Hausapotheke führte. Also nichts wie hin, es waren nur noch knapp 400 km - oder eben ein guter Tag fahren. Auch gingen unsere AdBlue Reserven zu Ende. Wir hatten eigentlich genug dabei. Meinten wir! Wir hatten mit 35 Liter



Dieserverbrauch je 100 km kalkuliert, was einen Bedarf von 200 Liter AdBlue ergab. Dass unsere LKW's auf den Strassen Afrikas aber 65 Liter Diesel je 100km verbrauchen würden, wussten wir nicht. Diallo, ein LKW-Fahrer, den wir auf dem Weg kennen gelernt haben, konnte in der Hauptstadt Conakry 80 Liter ausfindig machen. Diese wurden durch ihn gekauft, in Oelkanister umgefüllt und getarnt (denn AdBlue ist sehr gesucht), dann per öffentliche Verkehrsmittel (mit Menschen und Gütern hoffnungslos überfüllte Kleinbusse) quer durchs Land in den Südwesten auf unsere Strecke gebracht. Wir waren 10 Stunden früher am Ad-Blue Treffpunkt als der Minibus, aber wir hatten anschliessend AdBlue und konnten weiter, das war die Hauptsache.

Grenzerfahrung

Der Grenzübergang Guinea / Elfenbeinküste sahen wir mit grosser Hoffnung entgegen, denn dort hatten wir zum ersten Mal einen Spediteur, welcher im Auftrag der Organisation, die die Ware bekommen sollte, handelt. Er hatte all unsere Unterlagen und Angaben und versicherte uns, alles sei vorbereitet, wir könnten quasi über die Grenze fahren ohne Wenn und Aber. Ganze 6 Tage blieben wir an der letzten Grenze hängen und sind dabei fast verzweifelt. Weit und breit einfach nichts, als die Zollhütte, Grünland, Ziegen und Schafe. Das stundenlange Rumsitzen in der Kabine bei knapp 50 Grad im Schatten war eine Folter. Schliesslich bekamen wir am Mittwoch, 15. März die Freigabe aus Abidjan, dass wir ins Land dürften. „Nichts wie los“ war die Devise und am Donnerstagmorgen standen die beiden LKWs auf dem Hauptzollamt in Abidjan zur Verzollung. Verzollt wurde die Ware dann doch nicht, da Hilfsgüter. Also Fahrt zur Entladestelle, der Zoll kommt schauen. Am Freitag um 14 Uhr kam der Monsieur vom Zoll dann endlich, schaute kurz auf die beiden LKWs und 5 Minuten später war er weg und der Entlad konnte starten. Am Samstagmittag waren die LKWs leer. Die neuen Reifen, die man in den letzten Tagen aufgetrieben hatte, wurden montiert und am Sonntagmorgen, 19. März 2023 traten wir die Heimreise an. In Mautretanien haben wir Melonen für Frankreich geladen, denn Leerfahrten müssen verhindert werden.

Schweizerbrille

44 Tage waren wir im LKW unterwegs, davon 23 Tage stehend an Grenzen und Zoll. In den anderen 21 Tagen legten wir 16'800 km zurück. Abschliessend kann ich sagen: „In Schwarzafrika hat sich mir eine neue Welt aufgetan“. Das hilft mir nun auch, die Dinge etwas anders zu sehen als nur mit der Europäischen oder gar der Schweizerischen Brille.



Losslassen

Musste Daniel Schöni sich unterwegs noch um das Unternehmen daheim kümmern? „Ich war weg“, sagte Schöni „und habe auch keine E-Mails beantwortet“. Für seine Kaderleute sei seine Reise eine entscheidende Phase gewesen. Die Frage stand im Raum, ob er tatsächlich losslassen könne. „Man glaubt es mir ja nicht so recht, aber ich konnte das“. Andererseits sei es für die Kaderleute wichtig gewesen, die Firma ohne ihn zu führen. „Sie haben das hervorragend gemacht.“ Am Ende der Reise standen für Schöni zwei wichtige Erkenntnisse: „Ihr seid fähig, die Firma zu führen. Und ich bin fähig, mein Leben ohne diese Firma zu leben.“

Er sei auch sonst nicht mehr ständig im Unternehmen präsent: „Ich fahre seit einem Jahr einmal pro Monat eine Woche Lastwagen.“ Dabei erlebe er das Business von der anderen Seite - „nicht als Chef, sondern als Chauffeur“. Unterwegs fallen ihm Dinge auf, die er sich notiert und später mit dem Kader bespricht.

War dies ein einmaliges Abenteuer, oder steht schon das nächste Projekt an? Schöni und Kollege Partner waren schon gemeinsam in Turkmenistan und Georgien. Eine Woche nach der Rückkehr aus Afrika erhielt Schöni von seinem Freund eine Nachricht: „Wann gehen wir wieder?“

„Ich habe noch einen Traum“: sagt Schöni. „mit dem Lastwagen auf dem Landweg nach Indien.“

Die duale Ausbildung – Werte und menschliches Kapital

Eine Stärke der Schweizer Industrie



Gerade in dieser Zeit der Digitalisierung und des Vorherrschens von Berufen im Dienstleistungssektor ist der Industriesektor auf menschliche Ressourcen und starke Fachkompetenzen angewiesen. Die Identifizierung mit dem Erbe der Schweizer Industrie beginnt sehr früh. So auch bei Bourquin SA.

In unserer Ausgabe 2122 haben wir der dualen Ausbildung eine erste Reportage gewidmet. Nun folgt ein weiterer Artikel als Ergebnis von Workshops und Interviews mit unseren Lernenden im Rahmen der Aktivitäten in der Westschweiz und am Standort Couvet (NE).

Sowohl die Arbeits- als auch die Ausbildungswelt entwickeln sich. Da Expertinnen und Experten einen Fachkräftemangel bis 2030 voraussagen, ist das übergeordnete Ziel, qualifizierte Fachkräfte zu finden und diese langfristig zu behalten. Bei der dualen Ausbildung gilt ähnliches: Jugendliche schon früh ansprechen und ihnen kurz- und langfristige Perspektiven bieten. Mit überzeugenden Argumenten sollen die Jugendlichen animiert werden, ein bestimmtes Unternehmen zu wählen, und das Unternehmen wiederum muss ihrer Arbeit und ihrer Ausbildung einen Sinn geben.

Im Kanton Neuenburg absolvieren rund 80 % der Jugendlichen eine duale Ausbildung, also eine Lehre in einem Unternehmen. Es werden verschiedene Veranstaltungen organisiert, wie

beispielsweise die Berufsmesse „Forum des Métiers“. Unsere Berufsbildnerinnen und Berufsbildner sind bei diesen Treffen dabei. Seit zahlreichen Jahren ermutigt Bourquin die Schulen, sich das Unternehmen anzuschauen. Wir waren eines der ersten Unternehmen, das die Verantwortlichen der kommunalen und kantonalen Departemente in den eigenen Räumlichkeiten empfing.

Die Schule Jean-Jacques Rousseau veranstaltet für die Schülerinnen und Schüler des 10. Schuljahrs Besuche bei Unternehmen. Bourquin SA nimmt 2024 zum zweiten Mal daran teil. Wir entschieden

uns schon bei der ersten Ausgabe im Jahr 2023, unsere Lernenden in die Organisation des Besuchs und den Empfang der Schülerinnen und Schüler einzubinden. Wir überlassen es ihnen, wie sie ihren jeweiligen Beruf und die Aspekte der Ausbildung vorstellen möchten. Diese Methode kommt bei den jungen Schülerinnen und Schülern gut an und ist für unsere Lernenden sehr wertschätzend.





Im Rahmen eines internen Workshops mit dem Titel „les apprenti.e.s ont la parole“ wurden den Lernenden zehn Fragen gestellt und die Antworten wurden den Berufsbildnerinnen und Berufsbildnern sowie der Geschäftsleitung des Unternehmens präsentiert. Ihre Beobachtungen und Motivationen entsprechen eindeutig den Erwartungen der Generation Z: Die Gen Z hebt sich mit ihrer Affinität zur digitalen Welt, der kulturellen Diversität, dem Wertebewusstsein und einem Autonomiebedürfnis von den älteren Generationen ab.

Folgende Punkte sind uns im Bericht der Lernenden aufgefallen: die gute Atmosphäre in unseren Abteilungen, die Vielfalt der Aufgaben, die Autonomie, die Präsenz des Unternehmens auf Social Media, die generationenübergreifende Unterstützung und die Ermutigung für gute Leistungen in der Schule. Genau auf diese Punkte kann man als Arbeitgeber stärker achten.

Bourquin SA freut sich, dieses Engagement weiterzuführen und auch wenn der erste Beruf nicht unbedingt der Traumberuf ist, muss die Schweizer Industrie für junge Talente attraktiv bleiben und auf ihre Bedürfnisse eingehen.

Cynthia Uelligger
Elisa De Sousa



v.l.n.r Miguel Cabral, Chloé Barbezat

Arbeitsplatzattraktivität

Wie wertvoll die Integration von neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sein kann.

Bei der „Integration“ von neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern geht es längst nicht mehr nur um spezialisierte „High-Tech-Expertinnen und Experten“. Wir sind bei Bourquin SA davon überzeugt, dass wir als Arbeitgeber nicht darauf vertrauen können, dass sich die gut ausgebildeten Fachkräfte aus den verschiedensten Berufsbereichen schon von „selber einfinden“. Wir wollen gute Mitarbeitende und gute Leistung und so sind wir uns bewusst, dass wir die Integration von neuen Kolleginnen und Kollegen sozusagen „selbst in die Hand nehmen“ müssen.

Langfristiges Denken und Handeln

Das Finden geeigneter Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist aber nur der erste Schritt. Denn natürlich wollen wir auch sogenannte „Talente“ langfristig an unser Unternehmen binden. Damit das gelingt, müssen wir mehr als nur ein ordentliches Gehalt bieten. Denn Gesundheit und Work-Life-Balance sind für viele Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer mindestens genauso wichtig.

Guter Einarbeitungsprozess

Eine gute, erfolgreiche Integration startet mit einem gelungenen Einstieg in die neue Aufgabe und ist sowohl für neue Mitarbeitende als auch

für unser Unternehmen von grosser Bedeutung. Besonders der aktuelle Fachkräftemangel und der damit einhergehende „Kampf um Fachkräfte“ auf allen Prozessstufen machen einen gut strukturierten Einarbeitungsprozess unverzichtbar. So kann von Anfang an die Basis für eine positive Einstellung, langfristige Bindung und Loyalität geschaffen werden. Denn der Verlust von hoch qualifizierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und der damit verbundene Aufwand an Rekrutierungsmassnahmen bringen langwierige und vor allem Zusatzkosten mit sich.

Wichtige Phasen der Einarbeitung für eine gute Integration

Wir sind überzeugt, dass das „Onboarding“ von neuen Mitarbeitenden ein entscheidender Prozess für eine erfolgreiche Integration ist. Bei Bourquin SA legen wir Wert auf Vorbereitung, Orientierung und Begleitung einer gut strukturierten Einarbeitung. Unser Ziel ist es vor allem, langfristig hoch qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu binden und zu entwickeln, um unsere Unternehmensziele zu fördern und in der Folge auch Kosten einer Rekrutierung zu sparen.

Luis Flores
Leiter Verkauf & Marketing



v.l.n.r. Cynthia Uelligger, Luis Manuel Luis



BRIEGER erhält Label für soziale Verantwortung



BRIEGER Verpackungen wurde mit dem „Social Responsibility“ - Label ausgezeichnet. Firmen, welche Produkte oder Dienstleistungen zu einem wesentlichen Anteil durch Menschen mit einer Beeinträchtigung herstellen und erbringen lassen, können einen Antrag auf das Label stellen.

„Die Zertifizierung erfolge aufgrund unserer langjährigen Zusammenarbeit mit der VEBO und der Integration von Menschen mit Beeinträchtigung in unserer Produktion“, erklärt Patrick Kuhn, Leiter BRIEGER Verpackungen, diesen Schritt.

Das Label ist eine eingetragene Marke der VEBO Genossenschaft. Mehr unter socialresponsibility.ch

BRIEGER Verpackungen ist Spezialistin für Standardverpackungen ab Lager. Die Firma ist bekannt für eine konsequente Ausrichtung auf den Kun-

dennutzen sowie für eine anwenderorientierte und kompetente Beratung. Das Kerngeschäft von BRIEGER sind Standardverpackungen, welche ab Lager in kleinen und grossen Mengen geliefert werden. Es werden laufend neue Ideen und Verpackungsprodukte aus Wellkarton entwickelt. Was dabei an Lösungen entsteht, zeigt BRIEGER in den Showrooms in Zürich und Couvet. 1893 in Zürich gegründet, gehört BRIEGER Verpackungen seit 1987 zur Bourquin SA.

v.l.n.r Jonathan Bader (Teamleiter Kartonage VEBO), Pascal Krucker (Leiter Kartonage VEBO), Johann Hirschi (Geschäftsbereichsleiter Produktion VEBO), Patrick Kuhn (Leiter BRIEGER Verpackungen), Marco Zehnder (Leiter Verkauf BRIEGER Deutschschweiz)



Bourquin SA
Nordringstrasse 23
4702 Oensingen

Bourquin SA
Rue de la Gare 3
2108 Couvet

bourquinsa.ch

Brieger Verpackungen
Wiesenstrasse 39
8952 Schlieren

Brieger Emballages
Rue de la Gare 3
2108 Couvet

brieger.ch