



Fritz Bertschi AG
Kaffeerösterei
Rührbergstrasse 13
4127 Birsfelden

Firmenleitbild BC Café

Vorwort

- BC spielt in der Schweiz seit 1992 eine massgebliche Rolle bei der Entwicklung- und beim Aufbau des Marktes für biologisch zertifizierte und nach den Richtlinien von Max Havelaar gehandelte Kaffeeprodukte.
- BC kommuniziert seit Jahren regelmässig über die Bedürfnisse und Nöte von Kaffeekleinbauern sowie über die durch Ausbeutung, Machtkonzentration und globalisierten Welthandel entstandenen Probleme in den Kaffeeanbaumärkten.

Firmenkultur

- BC behandelt seine Lieferanten respektvoll und hält – wo immer möglich und vorhanden - die international gültigen Fairtrade-Kriterien beim Bezug der benötigten Rohstoffe ein. BC bezieht diese Rohstoffe möglichst direkt von den Kaffeekooperativen und besucht seine Rohkaffeelieferanten regelmässig vor Ort. BC fördert damit auch aktiv das Entstehen langjähriger Lieferantenbeziehungen.
- BC achtet und respektiert seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter; insbesondere setzt sich BC für gute Sozialleistungen ein. Dazu gehört auch ein motivierendes und angenehmes Arbeitsklima und ein stets offenes Ohr für die berechtigten Forderungen seiner Mitarbeitenden. Die Mitarbeitenden werden innerhalb Ihrer Funktions- und Verantwortungsstufe gleich und geschlechterneutral behandelt.
- Gegenüber gesellschaftlichen Anliegen sind wir offen und gerne bereit zu einer konstruktiven Lösung beizutragen.
- Unfallprävention hat einen unabdingbar prioritären Stellenwert in all unseren Unternehmensbereichen.
- BC handelt immer im Wissen, dass ein Geschäftserfolg das Resultat einer guten Gesamtleistung aller Mitarbeitenden ist. Wir pflegen mit Bedacht einen kooperativen Führungsstil.
- BC anerkennt, dass der Erhalt der Umwelt ein bedeutungsvolles und zentrales Thema dieses Jahrhunderts ist und bemüht sich nach besten Kräften, diesen Ansprüchen bei Einkauf, Produktion und Vertrieb gerecht zu werden.

Rolle im Markt

- BC will seine Marktführerschaft in den Teilmärkten Bio- und Max Havelaar halten und zukünftig sogar weiter ausbauen. Unser Kernmarkt ist die Schweiz, in den übrigen Märkten tätigen wir nur diejenigen Geschäfte, die in unsere Unternehmenspolitik passen und unserer Geschäftsphilosophie entsprechen.
- Ziel ist, bis in 3 Jahren ausschliesslich Kaffees anzubieten, die die internationalen Kriterien des Fairen Handels respektieren.
- BC bemüht sich stets, die Bedürfnisse seiner Kundschaft vorausschauend zu erkennen und umfassend zu befriedigen. Eine konsequente Ausrichtung auf die Kundenbedürfnisse steht im Mittelpunkt all unserer Bestrebungen, ist also ein integraler Bestandteil unserer Geschäftsphilosophie.