Veröffentlicht auf Presseportal Schweiz - Presse und Medienmitteilungen (https://www.presseportal-schweiz.ch)

26.01. 2024

DAR-VIDA wächst stark und nachhaltig

Von Contcept Commu…



Bild Rechte
zvg

(Malters)(PPS) **DAR-VIDA, die gesunde Marke der HUG AG, hat dem Unternehmen ein gesundes Wachstum im Jahr 2023 beschert. Das Pilotprojekt «Nachhaltiger Vollkornschrot für DAR-VIDA», war erfolgreich und wird weiter ausgebaut. Zudem konnte HUG auch im Gastronomiegeschäft Marktanteile gewinnen. Investitionen in die neue Tartelettes-Anlage sind nötig, um die grosse Nachfrage nach Tartelettes weltweit decken zu können. Die Co-Leitung blickt zuversichtlich ins 2024.**

Die HUG Familie erwirtschaftete im Jahr 2023 einen Umsatz von CHF 126 Mio. Das entspricht einem Wachstum von 2.3% und liegt unter den Erwartungen. Ein kräftiges Wachstum verzeichnete die Marke DAR-VIDA mit einem Plus von 10 %. Der neue Auftritt in Packung und Kommunikation sowie starke Neuheiten führten das Wachstum herbei. «DAR-VIDA entspricht dem Zeitgeist von gesundem Snacking und ist mittlerweile fast überall erhältlich. Wir konnten Marktanteile mit DAR-VIDA gewinnen und unseren Status als Original festigen», sagt Anna Hug, Co-Geschäftsleiterin Märkte bei HUG.

Biscuitsmarkt mengenmässig stagnierend

Im Biscuitsmarkt Schweiz ist HUG mit einem mengenmässig stagnierenden Markt konfrontiert. HUG konnte mit den Biscuitsumsätzen zwar leicht zulegen, dies ist jedoch hauptsächlich auf Preiserhöhungen zurückzuführen. Angesichts der steigenden Inflation haben die Handelskanäle den Schwerpunkt auf Eigenmarken und Importprodukte gelegt. Die Marke Wernli wurde mit der breit angelegten TV-Kampagne «Wernli het me gernli» unterstützt.

Kräftiges Wachstum im Food Service

Im Food Service, dem Gastronomiegeschäft von HUG, schrieb HUG erneut einen Umsatzrekord, sowohl in der Schweiz wie auch im Export. Insbesondere die Tartelettes und Tiefkühlprodukte sind angesichts des Fachkräftemangels in den Küchen und bei Bäckereien stark gefragt. «Mittlerweile erzielen wir knapp 40% unseres Umsatzes im Food Service, und wir wollen in den nächsten Jahren weiter wachsen», sagt Andreas Hug, VR-Präsident von HUG. Dazu investiert HUG auch im 2024 in die Erneuerung einer Tartelettes-Produktions-Anlage. Insgesamt beträgt das Investitionsvolumen hierfür 11 Mio CHF.

Pilotprojekt «Nachhaltiger Vollkornschrot für DAR-VIDA»

Wie für alle durch HUG produzierten Gebäcke, werden auch die Rohstoffe für die DAR-VIDA Crackers, wenn immer möglich, aus der Schweiz beschafft. Nun geht HUG zusammen mit der Knecht Mühle in Leibstadt noch einen Schritt weiter. In einem Pilotprojekt wurde 2023 der Anbau von nachhaltigem Weizenschrot getestet. Dabei wird beim Anbau des Weizens, wo möglich und sinnvoll, auf Pflanzenschutzmittel verzichtet und gleichzeitig mit der «Weite Reihe-Methode» die Bio-Diversität gefördert. Der Test war erfolgreich und es konnten, auch dank einer zusätzlichen Prämie, die HUG an die Bauern bezahlt, weitere zehn Bauern aus dem Kanton Aargau gewonnen werden. «Das Projekt ist ein pragmatischer Ansatz, der im Anbau viel bewirkt. Mittelfristig wollen wir 80 % des gesamten Weizenschrots für DAR-VIDA nachhaltig anbauen lassen», sagt Marianne Wüthrich Gross, Co-Geschäftsleiterin Operations.

HUG ist eine attraktive Arbeitgeberin

HUG wurde im Januar 2024 vom Swiss Arbeitgeber Award mit dem Qualitätssiegel «Top-Arbeitgeber» ausgezeichnet. Mit dem fortschrittlichen Co-Leitungsmodell leben Anna Hug und Marianne Wüthrich Gross das Teilzeitarbeiten in Führungspositionen vor. Die Mitarbeitenden-Umfrage vom letzten Jahr zeigt, dass die Zufriedenheit der Mitarbeitenden bei HUG sehr hoch ist. Dies vor allem, weil die Mitarbeitenden involviert werden, flexibles Arbeiten möglich ist und mit «HUG Campus» interne wie externe Weiterentwicklung gefördert wird. HUG hat zudem Kaderstufen abgeschafft und ein neues Führungsmodell eingeführt: Mehr Kompetenzen, mehr Verantwortung und aktives Mitarbeiten in themenbezogenen Wirkungskreisen.

Zuversichtlicher Ausblick

HUG ist auch im Jahr 2024 mit Kostensteigerungen konfrontiert, sowohl in der Beschaffung von Rohstoffen wie Zucker und Schokolade, als auch bei Personalkosten. Auch die Stromkosten bleiben deutlich über dem Niveau 2022. Trotzdem blickt die Co-Leitung zuversichtlich ins 2024. Das Motto für die Strategieperiode bis zum 150 Jahr Jubiläum im 2027 bringt es pointiert zum Ausdruck: «Wir p/backen es einfach».

Über die Organisation:

Über die HUG Familie
Die HUG AG beschäftigt an den Standorten Malters und Willisau rund 440 Mitarbeitende. HUG wurde 1877 als Bäckerei in Luzern gegründet und ist noch heute in der fünften Generation im Familienbesitz. «Mit Herz backen wir deine täglichen Genussmomente», sagen Anna Hug und Marianne Wüthrich Gross, welche das Unternehmen in Co-Leitung nach drei Grundsätzen führen: **H**erzlich, **U**nternehmerisch und **G**ewissenhaft – HUG eben. Mit den vier Marken HUG, Wernli, DAR-VIDA und HUG Food Service bietet das Unternehmen eine breite Produktpalette an: Typische Schweizer Guezli von HUG wie zum Beispiel Willisauer Ringli, Biscuits-Spezialitäten von Wernli wie beispielsweise Choco Petit Beurre und DAR-VIDA Cracker. Neben den Retail-Produkten führt HUG ein umfangreiches Gastronomie-Sortiment an hochwertigen Backwaren wie zum Beispiel die HUG Tartelettes. Alle vier Marken stehen für die Werte Genuss, Natürlichkeit und Herkunft.

www.hug-familie.ch

Pressekontakt:

Contcept Communication GmbH | Hardturmstrasse 76 | 8005 Zürich
Géraldine Bohne | Telefon +41 43 501 33 00 |
E-Mail geraldine.bohne @ contcept.ch www.contcept.ch

KONTAKT HUG
Irene Bühlmann (Assistentin Geschäftsleitung)
Telefon +41 41 499 75 11 | E-Mail irene.buehlmann @ hug-familie.ch

Kategorie
Handel & Finanzen & Wirtschaft

Source URL: *https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/dar-vida-waechst-stark-und-nachhaltig*