

Nachhaltigkeitsbericht 2025

Kurzversion



Verantwortung mit Weitblick

Als traditionelles Familienunternehmen begleitet uns der Nachhaltigkeitsgedanke seit Generationen. Was mit sozialen Anliegen wie fairen Arbeitsbedingungen und sichereren Arbeitsplätzen begann, wurde über die Jahre um den verantwortungsvollen Umgang mit natürlichen Ressourcen erweitert. Heute verstehen wir Nachhaltigkeit als ganzheitliche Verantwortung entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette und als fortlaufenden Prozess. Unser Anspruch ist es, langfristig wirtschaftlich erfolgreich und zugleich im Einklang mit Umwelt und Gesellschaft zu handeln – und auch künftig ein enkelfähiges Familienunternehmen zu bleiben.

Dieser Kurzbericht gibt einen kompakten Überblick über unsere wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen, Ziele und Fortschritte im Berichtsjahr 2025. Die ausführliche Version des Nachhaltigkeitsberichts enthält die vollständige Berichterstattung mit weiterführenden Kennzahlen und methodischen Angaben.



Andreas Hug
Verwaltungsratspräsident der HUG AG



Anpacken, gestalten,
Verantwortung übernehmen –
Werte, die Andreas Hug seit
jeher prägen. Mit Engage-
ment für Mensch, Natur und
die HUG-Familie.

Vom Anbau bis zum Genuss

Wir gestalten die Wertschöpfungskette unserer Backwaren verantwortungsvoll – von der Rohstoffbeschaffung bis zum fertigen Produkt.

Anbau

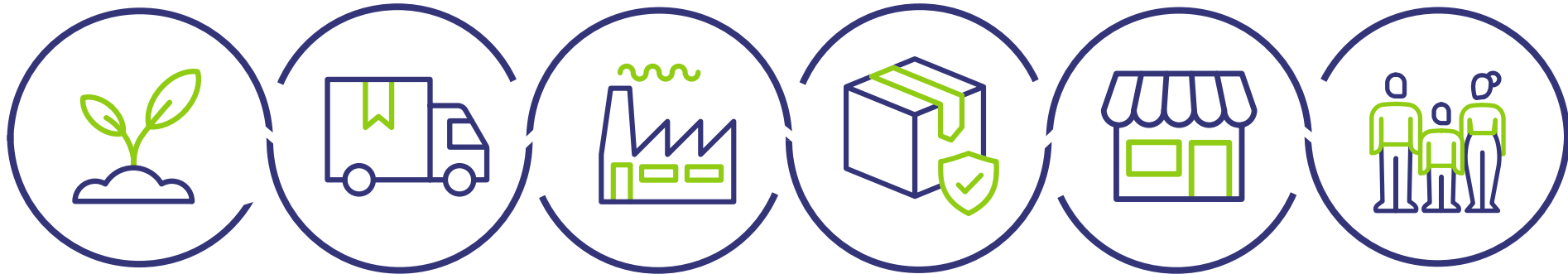
Wir beziehen den Grossteil unserer Rohstoffe aus der Schweiz. Ergänzend setzen wir auf sorgfältig ausgewählte Rohstoffe aus dem Ausland.

Produktion

Mit modernen Produktionsstandorten, engagierten Mitarbeitenden, erneuerbaren Energien und hohen Qualitätsstandards produzieren wir in der Schweiz.

Gastronomie und Detailhandel

Mit zuverlässigen Lieferprozessen und partnerschaftlichem Austausch bedienen wir unsere Kundschaft in Gastronomie und Detailhandel.



Lieferanten

Gemeinsam mit unseren Lieferanten achten wir auf Qualität, verantwortungsvolle Beschaffung und hohe Standards entlang der Lieferkette.

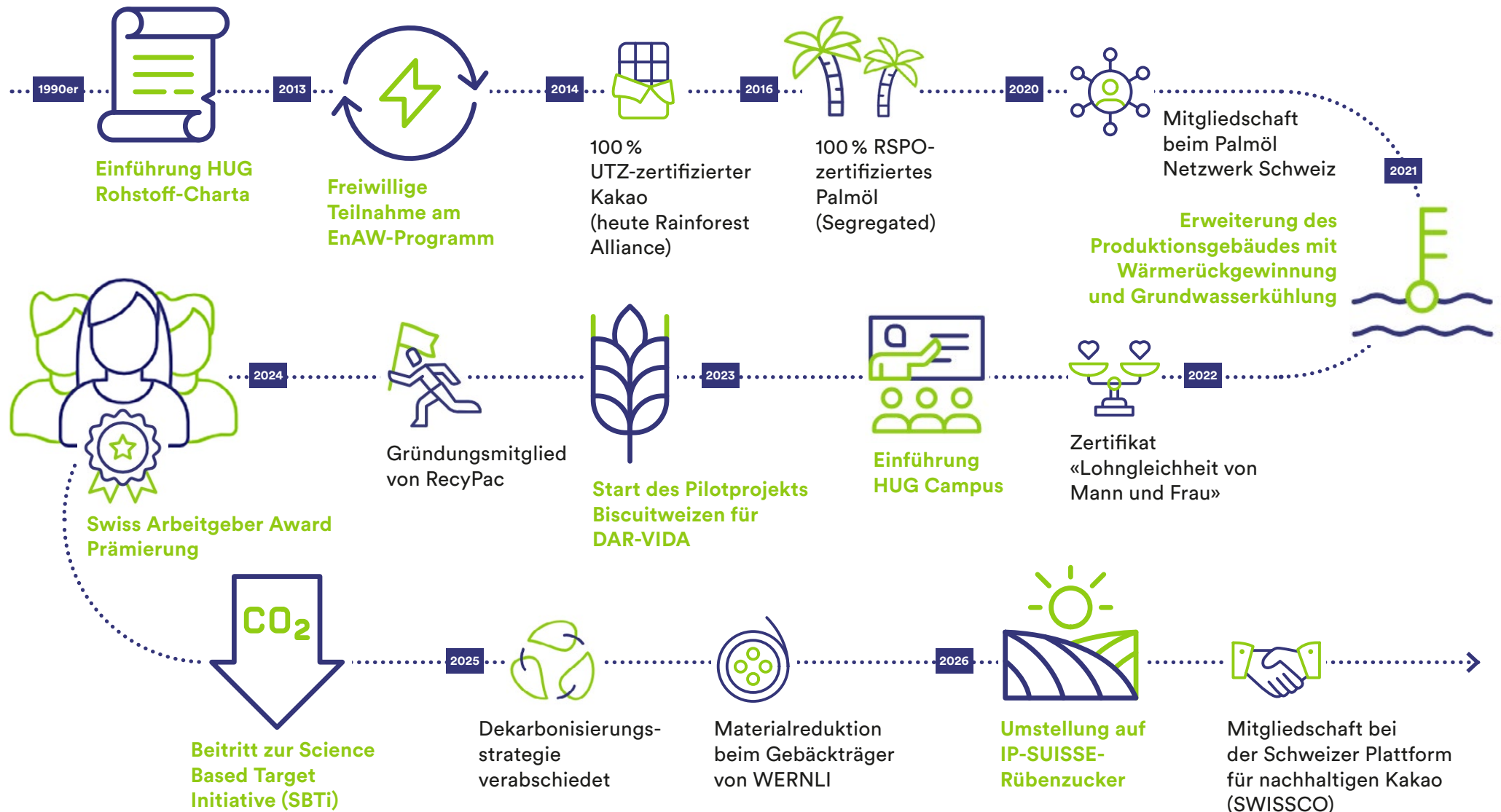
Verpackung

Unsere Verpackungen schützen Produkte, verlängern ihre Haltbarkeit, reduzieren Food Waste und werden laufend ressourcenschonender weiterentwickelt.

Konsumierende

Wir bieten gebackenen Genuss und fördern mit passenden Verpackungsgrößen sowie Initiativen gegen Food Waste einen bewussten Konsum.

Wichtige Fortschritte in den vergangenen 30 Jahren



Unsere Handlungsfelder

Natürlich und ehrlich

Das Versprechen der HUG Familie «natürlich und ehrlich» beschreibt unseren Anspruch, entlang der gesamten Wertschöpfung verantwortungsvoll, transparent und zukunftsorientiert zu handeln. «Natürlich» steht für einen bewussten und ressourcenschonenden Umgang mit Rohstoffen, Energie und Materialien. «Ehrlich» bedeutet, dass wir unsere Leistungen und Fortschritte nachvollziehbar, faktenbasiert und ohne Übertreibung kommunizieren.

Nachhaltige Entwicklung im Zentrum

Im Zentrum unseres Handelns steht die nachhaltige Entwicklung. Unser Handlungsfeldrad verbindet ökologische, soziale und wirtschaftliche Aspekte und zeigt, in welchen Bereichen wir Verantwortung übernehmen. Die sieben Handlungsfelder strukturieren unsere Nachhaltigkeitsstrategie und machen unser Engagement nachvollziehbar und überprüfbar.



Unsere Nachhaltigkeitsstrategie 2024–2027

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie 2024–2027 baut auf unserem Handlungsfeldrad auf und fokussiert auf unsere wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen. Grundlage dafür bildet unsere Wesentlichkeitsanalyse, die relevante Themen anhand unserer Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft sowie die Erwartungen unserer Anspruchsgruppen identifiziert. Für die Strategieperiode 2024 bis 2027 setzen wir Schwerpunkte.

Unsere wesentlichen Themen

Im Handlungsfeld Energie & Klima verfolgen wir das Ziel, unsere Energieeffizienz gegenüber 2022 um 6 % zu steigern und unseren betrieblichen CO₂-Fussabdruck bis 2027 um 30 % zu reduzieren. Damit tragen wir zur Erreichung unseres Ziels Netto-Null bis 2035 bei.

Im Handlungsfeld Rohstoffe fördern wir den ökologischen Mehrwert im Schweizer Getreide- und Zuckerrübenanbau und stärken damit die Biodiversität. In kritischen Warengruppen wie Kakao oder tropischen Fetten entwickeln wir unsere Wertschöpfungsketten hinsichtlich sozialer und ökologischer Anforderungen weiter.

Im Handlungsfeld Packstoffe reduzieren wir Verpackungsmaterialien und fördern die Kreislaufwirtschaft durch recyclingfähige Verpackungslösungen.

H-U-G	Handlungsfeld	Fokus	Priorität	SDG
H	Mitarbeitende	Arbeitgeberattraktivität, Gesundheit und Weiterentwicklung (inkl. Weiterbildung)	hoch	8
H	Engagement	Nachwuchsförderung, Vereinsleben und regionale Verbundenheit	mittel	17
U	Infrastruktur & Prozesse	Effizienz, Ressourceneinsatz und Zukunftsfähigkeit	hoch	9
G	Energie & Klima	Emissionsreduktion und Netto-Null (Scope 1+2), Energieeffizienz, Einsatz erneuerbarer Energien	hoch	7, 13
G	Rohstoffe	Nachhaltiger Anbau und verantwortungsvolle Lieferketten	hoch	12, 15
G	Packstoffe	Materialreduktion und Kreislaufwirtschaft	hoch	12
G	Abfallmanagement	Ressourcenschonung und Kreisläufe	mittel	12

gen, den Einsatz von Rezyklaten sowie die Unterstützung von Sammel- und Verwertungssystemen.

Im Handlungsfeld Mitarbeitende verankern wir unsere Nachhaltigkeitsschwerpunkte in der täglichen Arbeit und fördern nachhaltiges Verhalten im gesamten Unternehmen.

Die Handlungsfelder Abfallmanagement, Infrastruktur & Prozesse sowie Engagement sind integraler Bestandteil unseres Nachhaltigkeitsverständnisses und unterstützen die Umsetzung unserer Strategie.

Die Übersicht oben zeigt die Priorisierung unserer Handlungsfelder sowie deren Bezug zu den Zielen für nachhaltige Entwicklung (SDGs) der Vereinten Nationen.

2025 auf einen Blick

31

Nationalitäten unter den Mitarbeitenden



Herzlich

96,2 %

Rohstoffumsatz aus der Schweiz

92,7 %

Packstoffumsatz aus der Schweiz

63,9 %

Rohstoffartikel mit Lieferantenkodex

70 ha

Anbau Biscuitweizen mit ökologischem Mehrwert

120 ha

Zuckerrübenfläche nach IP-SUISSE
(vorbereitet für 2026)



Gewissenhaft

52 %

Frauen im Unternehmen



Unternehmerisch

10 t

Kunststoff eingespart gegenüber 2022

+5 %

Energieeffizienz gegenüber 2022

42 %

Frauen in Führungsfunktionen

16

Lernende

79 %

zertifizierte tropische Fette und Öle
(Rainforest Alliance/RSPO)

78,4 %

erneuerbare Energie

Fortschritte und Massnahmen 2025



Herzlich

Menschen stärken und gemeinsam wachsen.



86 %
unserer Mitarbeitenden empfehlen
HUG als Arbeitgeberin weiter



Gesundheit & Sicherheit
betriebliches Gesundheitsmanagement sowie
Präventions- und Sicherheitsschulungen



Rund 30
interne Funktionswechsel pro Jahr



Flexible Arbeitsmodelle
für die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben



Unternehmerisch

Verantwortung entlang der
Wertschöpfungskette übernehmen.



HUG Rohstoff-Charta
Verbindliche Anforderungen, die in verschiedenen
Bereichen über gesetzliche Vorgaben hinausgehen



Direkter Austausch in der Lieferkette
Gespräche mit Produzenten in Palm- und
Kokosölanbaugebieten auf den Salomonen



Verpackungsoptimierung ausgeweitet
Materialreduktion bei Gebäckträgern auf
das gesamte WERNLI-Sortiment ausgeweitet



Lebensmittel möglichst vollständig nutzen
Rework, alternative Absatzwege und
Weiterverwertung von Produktionsresten



Gewissenhaft

Umwelt und Ressourcen
gezielt schützen.



-15 %
betriebliche Emissionen (Scope 1+2)
gegenüber Basisjahr 2022



Dekarbonisierung vorbereitet
Strategie zum Ersatz von Propangas
weiterentwickelt



HVO im Einsatz
für eigene Lastwagen und teilweise bei
einem Logistikpartner



Folienpresse beschafft
für das Recycling von Stretchfolien

Unsere Ziele: Stand 2025

Strategisches Ziel	Zielwert	Stand 2025	Status
 Betriebliche Emissionen (Scope 1+2) Übergeordnetes SBTi-Ziel: -42 % bis 2030	-30 % bis 2027 gegenüber 2022	-15 % gegenüber 2022	 Auf Kurs
 Energieeffizienz	+6 % bis 2027 gegenüber 2022	+5 %	 Auf Kurs
 Biscuitweizen mit ökologischem Mehrwert	640 t bis 2027	490 t	 Auf Kurs
 IP-SUISSE-Rübenzucker In der Eigenproduktion	100 % in der Eigenproduktion ab 2026	Umstellung 2025 vorbereitet	 Umsetzung vorbereitet
 Kunststoff-Gebäckträger	-30 % Materialeinsatz bis 2027 gegenüber 2022	-12,9 % gegenüber 2022	 Zielerreichung anspruchsvoll
 Verankerung der Nachhaltigkeits- schwerpunkte im Arbeitsalltag	Qualitative Verankerung im Arbeitsalltag	Erste Aktivitäten umgesetzt	 Auf Kurs

Wir haben wichtige Fortschritte erzielt. Einige Ziele sind bereits gut auf Kurs, bei anderen bleibt die Umsetzung anspruchsvoll.



Wir haben wichtige Fortschritte erzielt, sind aber noch nicht am Ziel.

In der vollständigen Version zeigen wir detailliert, wo wir stehen, welche Herausforderungen bleiben und welche nächsten Schritte wir verfolgen.

