



HACO Group

Custom-Made Foods

HACO Gruppe

100 Jahre Innovation, kurz und bündig

Rotary Club-Mittagessen vom 16.08.2022



Dr. Emanuel Marti, CEO HACO Gruppe
(www.hacogroup.ch)

Inhalt

1. Die HACO Gruppe in Kürze
2. Chancen und Herausforderungen
3. Wie können wir unsere Zukunft auf einer erfolgreichen Vergangenheit aufbauen?
Was uns wichtig ist - Ein Blick in unseren Werkzeugkasten

1. Die HACO Gruppe in Kürze

Die HACO Gruppe in Kürze

Unsere Vision und unser Auftrag



We create premium-quality instant coffees, better-for-you snacks, spice worlds and culinary and nutrition/health products to satisfy customers around the world. Our proven skills in innovation, quality and customization attest to our success story. We deliver to our promises and are passionate about going one step further if it comes down to fulfilling the expectations of our customers, employees, and partners.

Die HACO Gruppe in Kürze

Die wichtigsten Zahlen

- Umsatz von 485 Mio. CHF
- 1'600 Mitarbeiter in der HACO-Gruppe
- Die HACO Holding Inc. besitzt alle ihre Tochtergesellschaften
- HACO ist ein finanziell unabhängiges Unternehmen
- HACO befindet sich im Privatbesitz von mehr als 250 Aktionären, hauptsächlich den Erben der Gründerfamilien
- HACO Holding Inc. ist nicht börsennotiert

Die HACO Gruppe in Kürze

Meilensteine der wichtigsten strategischen Entscheidungen

- 1922 HACO wurde als Produktions- und Vertriebsstandort für die Spezialprodukte der Berner Apotheke Haaf & Co. **gegründet**.
- 1929 **Einstieg in den Lebensmittelmarkt** zusammen mit der Migros in der Schweiz
- 1965 Die pharmazeutische Abteilung von HACO wurde geschlossen und an Roche verkauft.
Konzentration auf in der Schweiz hergestellte Lebensmittelprodukte
- 2004 Entscheidung des Vorstandes und der Eigentümer von HACO, **die Internationalisierung der HACO-Gruppe in Angriff zu nehmen**

Die HACO-Gruppe in Kürze

Heutige Standorte



EUROPA
HACO HACO AG NARIDA AG
BIGFOOD Bring food innovation
GAUTSCHI
gutschermühle moving from wheat to flour
Ravensbergen
MERSCHBROCK-WIESE
GEMARA FEINSTE GEWÜRZE
GRÜNBERG GEWÜRZMANUFAKTUR
Zamek
ASIEN
HACO HACO Asia Pacific
NORDAMERIKA
altius Spices & Seasonings Inc. Spices & Seasonings, Inc.
GIRARD'S Food Service Distributions
PLOCHMAN'S

Die HACO Gruppe in Kürze

Produktgruppen

HACO Group

Custom-Made Foods

Custom-Made Culinary Art	Custom-Made Spices	Custom-Made Taste	Custom-Made Coffee	Custom-Made Snacks
<ul style="list-style-type: none"> - Suppen - Saucen - Bouillons - Fonds - Fertiggerichte - Rezeptur-Mischungen - Dressings - Spezialitäten-Senf - Frühstücksgetränke 	<ul style="list-style-type: none"> - Kräuter - Gewürze - Gewürzmischungen 	<ul style="list-style-type: none"> - Reaktionsaromen - HVPs (hydrolisiertes pflanzliches Eiweiss) - Natürliche Aromen und Extrakte - Geschmacks-Tools - Kaffee-Extrakte - Mischungen - Natürliche, 'clean label' und pflanzenbasierte Spezial-Ingredienzen 	<ul style="list-style-type: none"> - Löslicher Kaffee <ul style="list-style-type: none"> • Gefriergetrocknet • Sprühgetrocknet • Agglomeriert • Flüssig • Cold Brew • Gemischte Produkte • Aromatisierter Kaffee - Roast & Ground - Löslicher Tee 	<ul style="list-style-type: none"> - Snack-Riegel <ul style="list-style-type: none"> • Soft • Crunchy • Protein-Riegel • Fruchtriegel • Extrudierte und geschäumte Produkte - Snack Bites - Rounds / Squares - Müsli-Mischungen
Einzelhandel, Food Service	Einzelhandel, Food Service, Lebensmittelindustrie	Lebensmittelindustrie	Einzelhandel, Food Service, Lebensmittelindustrie	Einzelhandel, Food Service

Die HACO Gruppe in Kürze

Kunden

Retail	Foodservice	Food Industry
Branded Private Label Co-Manufacturing		

Die HACO-Gruppe in Kürze

Produktbeispiele: Custom-Made Culinary Art [Einzelhandel]



THE YELLOWS:

The iconic barrel bottle and its yellow coloration provide the ideal backdrop for a bold new banner logo and complementary flour-pastel for viewers to enjoy. High in contrast and organized to enhance read-through hierarchy and prioritize the brand key attribute, and benefit retention.



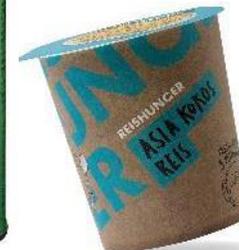
THE BLENDS:

Grouped for their distinct flavor profiles and ingredient experiences. The Blended Mustards extend this concept beyond the typical by combining the graphic sensibilities of the label art with the visual appeal of the mustard within to produce a memorable mustard showcase.



THE CRAFTS:

True mustard craftsmanship is only a twist lid away. These unique flavors will now be repackaged in a wide-mouthed barrel bottle that provides premium quality and exhibit a consistent label experience that extends the brand's visual real estate across the assortment.



Die HACO-Gruppe in Kürze

Produktbeispiele: Custom-Made Culinary Art [Marken/Co-Packers]



Die HACO-Gruppe in Kürze

Produktbeispiele: Custom-Made Culinary Art [Food Service]



Die HACO-Gruppe in Kürze

Produktbeispiele: Custom-Made Spices



Die HACO-Gruppe in Kürze

Produktbeispiele: Custom-Made Snacks



HACO Group
Custom-Made Foods

Die HACO-Gruppe in Kürze

Produktbeispiele: Custom-Made Coffee

SINGLE ORIGIN
COLOMBIA

Under the shade of trees and banana plants, the slopes of the Columbian hills are home to some of the world's best coffee. The location helps create the perfect environment for coffee beans to flourish. All of these give way to create a cup of rich yet smooth coffee with a delicate hint of wine and berries.

Roasting Profile: Medium
Tasting Note: Berries, Winey & Velvety Body

ESPRESSO SELECTION

Through a great inspiration, we introduce a blend that carries the best of both Colombian and Ethiopian Arabica. It is the result of playing around the taste profile to find that perfect note. Each sip reveals a taste of fruity sweetness yet delicately floral. Perfect if you want a less intense coffee to wake up to.

Roasting Profile: Medium
Tasting Note: Fruity Flora & Roasty Sweet

Die HACO-Gruppe in Kürze

Produktbeispiele: Custom-Made Coffee



Die HACO-Gruppe in Kürze

Produktbeispiele: Custom-Made Taste - natürliche Extrakte





2. Chancen und Herausforderungen

Chancen und Herausforderungen

Lebensmitteltrends Gesundheit, Funktionalität, Convenience, Clean Label, ...
Die Bedeutung des Geschmacks
Wachsender Markt für Spezialitäten und Nischen
Internationale Kunden: Bedarf an breiten Sortimenten und globaler Präsenz
Outsourcing-Strategien von Marken

Chancen



Zunehmende Volatilität der Märkte
Preiskrieg des Handels bei Lebensmitteln (wahrgenommener Wert der Konsumenten)
Verstärkte Regulierung
Abhängigkeit vom Erfolg des Partners im B2B-Bereich
Ausläufer der aktuellen Krise (Covid/Ukraine/Energie)

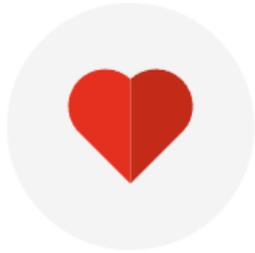
Herausforderungen



3. Wie können wir unsere Zukunft auf einer erfolgreichen Vergangenheit aufbauen? Was uns wichtig ist - Ein Blick in unseren Werkzeugkasten

Wie können wir unsere Zukunft auf einer erfolgreichen Vergangenheit aufbauen?

Ein Blick in unseren Werkzeugkasten I: Unsere 'DNA' kennen



Leidenschaft



Vertrauen



Zusammenarbeit



Verlässlichkeit



Offenheit



Transparenz



Respekt

Wie können wir unsere Zukunft auf einer erfolgreichen Vergangenheit aufbauen?

Ein Blick in unseren Werkzeugkasten I: Unsere 'DNA' kennen

- Vision und Mut, Kundenorientierung
- Pioniergeist
- Innovation - Beispiel Kaffee

- Herausragende Leistung
- Fachwissen und technologisches Potenzial
- Verlässlichkeit, Schnelligkeit und Flexibilität
- Menschenbezogen

1922: Eröffnung von Vertretungen in **Indien**; 1932-1934: Produktion in Lizenz in Spanien, Frankreich und Holland

1929: Beginn der Zusammenarbeit mit Migros

1930: Entwicklung des ersten Wasser-Entkoffeinierungsverfahrens;

1944: Erster in der Schweiz, der **Instantkaffee mit 100 % reinem Kaffee** herstellt (anders als Nescafé damals); 1968: Erster in der Schweiz, der **gefriergetrockneten Instantkaffee** herstellt (vor Nestlé); 1987 Entwicklung des **Gefrierkonzentrationsverfahrens**, 1991 erste industrielle Produktion mit **Microgrind** (mikrovermahlenem Röstkaffee); 2003 Entwicklung eines Kaltpressverfahrens für **Kaffeeöl**, 2022 Planung und Bau einer einzigartigen neuen Produktionsanlage für **Specialty Instantkaffee**

1950: **Nobelpreis** für Medizin (Entdeckung der Synthese von Vitamin C sowie von Cortin und Cortison)

Wie können wir unsere Zukunft auf einer erfolgreichen Vergangenheit aufbauen?

Ein Blick in unseren Werkzeugkasten II: Eine klare Strategie verfolgen

Konventioneller (erprobter und gefestigter) Ansatz



Agiler Ansatz (in ständiger Entwicklung)



Wie können wir unsere Zukunft auf einer erfolgreichen Vergangenheit aufbauen?

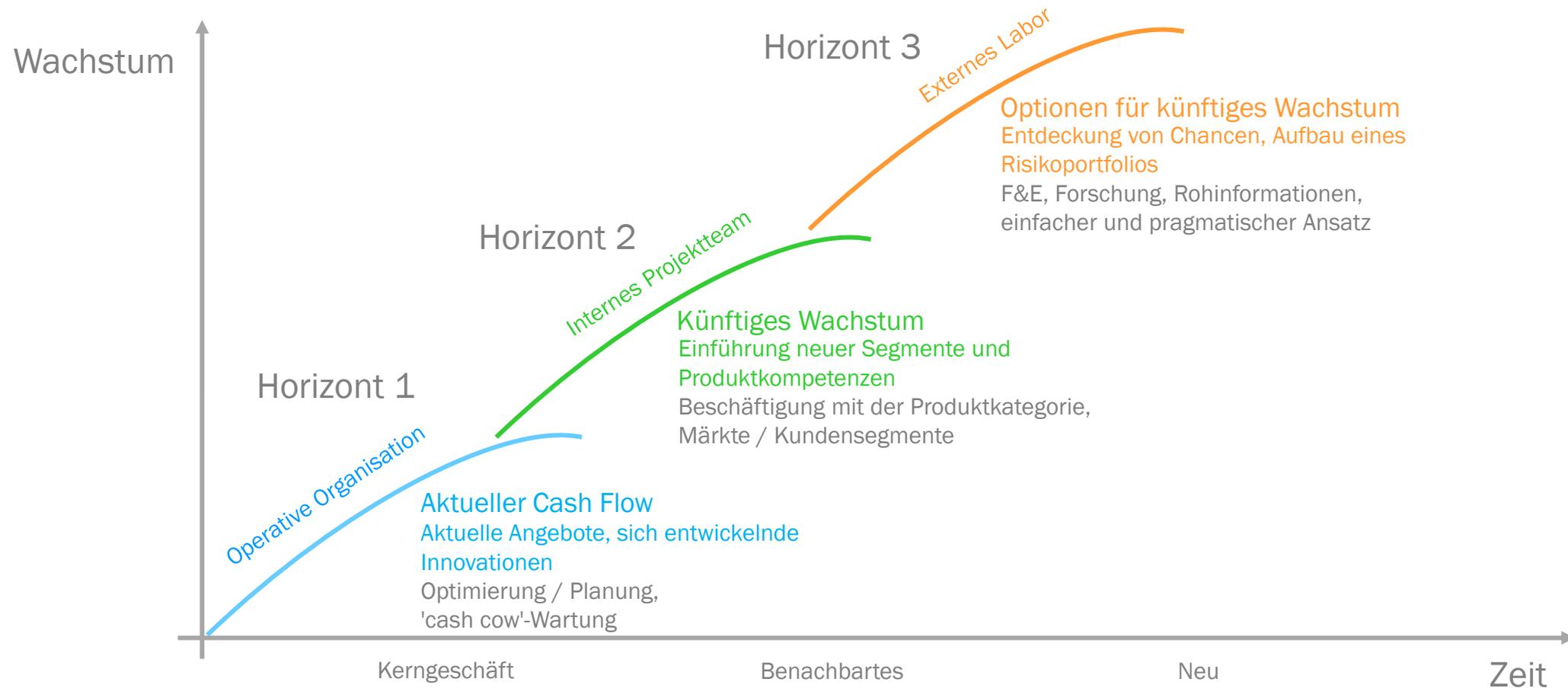
Ein Blick in unseren Werkzeugkasten III: Unternehmerisch unterwegs sein



Wie können wir unsere Zukunft auf einer erfolgreichen Vergangenheit aufbauen?

Ein Blick in unseren Werkzeugkasten IV: Innovation fördern – in Horizonten denken

Die drei Horizonte des Wachstums:



Quelle: McKinsey

Wie können wir unsere Zukunft auf einer erfolgreichen Vergangenheit aufbauen?

Ein Blick in unseren Werkzeugkasten IV: Innovation fördern - neue Trends aufgreifen



Veganer Null-Zucker-Riegel
Neuentwicklung: zuckerfreie vegane
helle Schokolade



Guilt free, smarter snacking.
Only 1,7 g of sugar - lower carb &
keto-friendly

Riegel mit sehr geringem
Zuckergehalt
Neuentwicklung: zuckerfreies
Karamell

Wie können wir unsere Zukunft auf einer erfolgreichen Vergangenheit aufbauen?

Ein Blick in unseren Werkzeugkasten IV: Innovation fördern - mit Startups zusammenarbeiten



Wie können wir unsere Zukunft auf einer erfolgreichen Vergangenheit aufbauen?

Ein Blick in unseren Werkzeugkasten IV: Innovation fördern - sinnvolle Konzepte entwickeln



Karottensuppe



Kürbissuppe



Erbsensuppe



Narimpex
Foodwaste Soups

Wie können wir unsere Zukunft auf einer erfolgreichen Vergangenheit aufbauen?

Ein Blick in unseren Werkzeugkasten IV: Innovation fördern - neue Materialien entwickeln

® RePlus 100

100% biologisch abbaubare & 100% recyclefähige PP-Becher mit neuem R⁺-Additiv.

- **Wissenschaftlicher Nachweis & Konformität** vorhanden
- Einhaltung des vollständigen **Recyclingkreislaufs** über die gelbe Tonne/Sack
- **Kein Mikroplastik**
- Bei Gelangen des Bechers in die Umwelt zersetzt er sich innerhalb von **12-24 Monaten selbst**
- Individuelle **Abbaubarkeit** steuerbar ab **6 Monate**



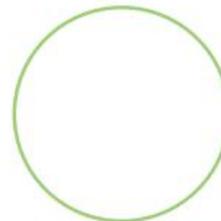
6 Monate



12 Monate



18 Monate



24 Monate

www.RePlus.global

Wie können wir unsere Zukunft auf einer erfolgreichen Vergangenheit aufbauen?

Ein Blick in unseren Werkzeugkasten IV: Innovation fördern – Plattformen schaffen



Wie können wir unsere Zukunft auf einer erfolgreichen Vergangenheit aufbauen?

Ein Blick in unseren Werkzeugkasten V: Den Startup-Geist pflegen

bf BIGFOOD DRIVING **food** INNOVATION **HACO** swiss

Bigfood / bedda farming

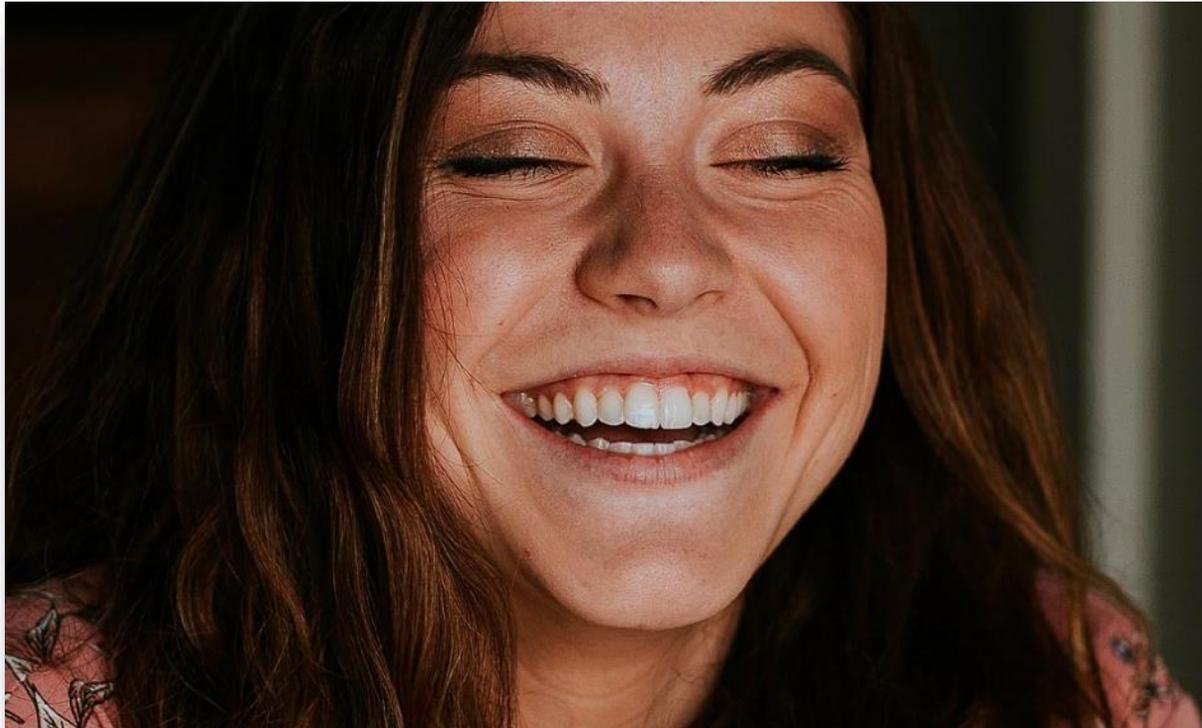
Ökobilanz: Mehr als ein Drittel der bedda CO ₂ -Emissionen entstehen auf der landwirtschaftlichen Ebene	Reduktionsmaßnahme: Staatlich gefördertes Forschungsprojekt zu wettbewerbsfähigen, smarten, klimapositiven & klimaresilienten Anbau von Raps, Vogelbeere & Co.	Agroforst: Vogelbeeren Baumreihen werden als Windschutz gemeinsam mit Feldfrüchten in auf das Feld gepflanzt. CO ₂ wird langfristig in den Bäumen und im Boden gebunden, sodass das Projekt offiziell CO ₂ bindet.	Sicherheit: Deutlich geringere Ernteauffälle durch Wetterextreme als konventioneller Anbau, Unabhängigkeit von preisvolatilen Rohwaren	bedda Farming: eine von mehreren Klimaschutzmaßnahmen, welche gemeinsam die Klimapositivität von bedda ab 2028 ohne den Zukauf von Kompensationszertifikaten ermöglichen
--	--	--	--	--

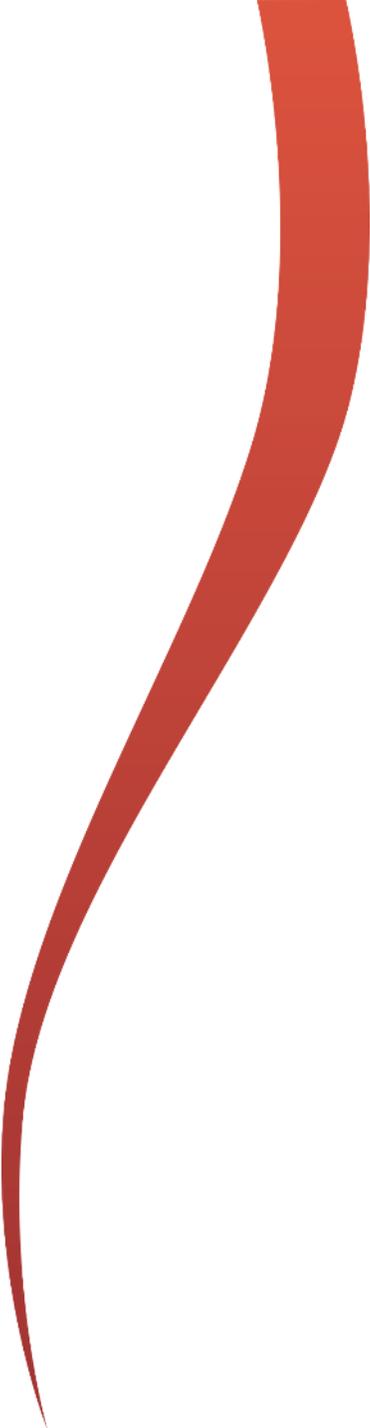
Bigfood / bedda farming Kooperationspartner:

TUV NORD **Interessengemeinschaft gesunder Boden** **Fraunhofer IESE** **Fachhochschule Kiel Hochschule für Angewandte Wissenschaften** **UNIKASSEL VERSITÄT** **ÖKOLOGISCHE AGRAR WISSENSCHAFTEN** **TRIEBWERK**

Wie können wir unsere Zukunft auf einer erfolgreichen Vergangenheit aufbauen?

Ein Blick in unseren Werkzeugkasten VI: Das Wichtigste - Menschen wertschätzen





Tx

www.hacogroup.ch

HACO Group
Custom-Made Foods