

HUG Polenta-Ratatouille-Stange

Mediterraner Genuss: Polenta-Ratatouille-Stange

Per November 2024 erweitert HUG ihr Sortiment mit der Polenta-Ratatouille-Stange – eine einzigartige, herzhafte Kreation in Stangen-Form, die es so bislang noch nicht auf dem Schweizer Markt gibt. Mit dieser innovativen Ergänzung baut HUG auf den Erfolg ihrer beliebten Dessert-Stangen auf und bringt nun erstmals eine Variante im herzhaften Bereich. Die Polenta-Ratatouille-Stange überzeugt durch ihren geschmackvollen Polenta-Boden und dem passenden Ratatouille-Gemüse Topping.



Erhältlich ist das brandneue Produkt ab November 2024 bei allen regionalen und nationalen Abhol- & Belieferungsgrosshändlern.

Convenience pur

Je nach schneidweise kann die Polenta-Ratatouille-Stange für ganz unterschiedliche gastronomische Zwecke eingesetzt werden. In Würfeln macht sie auf dem Apéro-Buffer eine gute Figur, in Schnitten kann sie als raffinierte Vorspeise oder gar als Hauptgang zu einem Salat serviert werden. Dank der mitgelieferten Schneidehilfe kann, die leicht aufgetaute Stange

im Nu portioniert werden. Die anschließende Backzeit im Ofen beträgt nur 10 bis 12 Minuten. Diese schnelle Handhabung ist angesichts des Personalmangels in vielen Küchen sicher ein Vorteil.

Die neue Polenta-Ratatouille-Stange wird in der Schweiz mit natürlichen Zutaten gemäss den strengen Vorgaben der HUG Rohstoff-Charta produziert.

Über die HUG Familie

Die HUG AG beschäftigt an den Standorten Malters und Willisau rund 430 Mitarbeitende (Vollzeitstellen). 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: Herzlich, Unternehmerisch und Gewissenhaft – 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 Tartelletes. Alle vier Marken stehen für die Werte Genuss, Natürlichkeit und Herkunft.1

www.hug-familie.ch

Vereinsgründung des NextGen Tourism Board Graubünden:

Ein Netzwerk für die Zukunft von Graubünden

Nach eineinhalb Jahren erfolgreichen Netzwerkes hat das NextGen Tourism Board Graubünden nun den nächsten Schritt gewagt und einen Verein gegründet. Die Gruppe von jungen, engagierten Berufsleuten aus der Hotellerie-, Gastronomie- und Bergbahnbranche hat das gemeinsame Ziel, Graubünden als lebendigen Lebens- und Arbeitsraum zu fördern. Der Verein soll nicht nur Herausforderungen der Branche bewältigen, sondern eine Plattform für Austausch und Innovation sein – eine Zukunftsvision, in der Graubünden floriert und junge Talente anzieht.

Die Gründungsversammlung, die am 28. Oktober 2024 in Chur stattfand, markierte den Beginn dieser ambitionierten Vision. Manuela Villinger, Vorstandsmitglied des neu gegründeten Vereins, betont: „Wir sehen Graubünden als Ort, an dem Innovation und Tradition Hand in Hand gehen. Unser Ziel ist es, einen echten Mehrwert für die gesamte Branche zu schaffen, junge Menschen zu vernetzen und sie langfristig an den Tourismus zu binden. Gemeinsam gestalten wir eine Zukunft, in der junge Fachkräfte Graubünden als ihre berufliche Heimat sehen.“

Ein Netzwerk für Synergien und nachhaltiges Wachstum

Das NextGen Tourism Board soll als Brücke zwischen den verschiedenen Akteuren der Branche fungieren und Synergien schaffen. Es geht darum, dass die Mitglieder voneinander lernen, Ressourcen teilen und gemeinsam Lösungen entwickeln. Neben der Förderung von Projekten will der Verein auch das Image der Branche und den Kanton als attraktiven Lebens- und Arbeitsort stärken. „Graubünden bietet eine Lebensqualität, die einzigartig ist – das wollen wir an junge Menschen und Fachkräfte vermitteln“, fügt Vorstandsmitglied Jamie Rizzi hinzu.

Neben den sieben gewählten Vorstandsmitgliedern werden weitere engagierte Vereinsmitglieder aktiv an Projekten mitwirken. Mit der Kraft des gesamten Teams und einer Vielzahl an Ideen wollen die Mitglieder gemeinsam ein Netzwerk aufbauen, das die Zukunft der Branche prägt.

Die Türen des Vereins stehen offen für weitere engagierte Fachleute, die diese Vision teilen und das NextGen Tourism Board Graubünden aktiv mitgestalten möchten.

Infos unter www.gastrogr.ch