



## 100 Jahre Hugi Weine – Firmenchronik 1926 – 2026

### Vorwort und Kurzfassung

Mit Stolz und Freude blicken wir auf 100 Jahre HUGI WEINE zurück. Ein Jahrhundert voller Leidenschaft, Handwerk und Genuss. Ein Weg, den wir nur dank unseren Vorgängern, Mitarbeiterinnen, Mitarbeitern und Wegbegleitern gehen konnten. Weinkellerei Hugi beginnt 1926 mit August Hugi als Quereinsteiger, welcher mit grosser Tatkraft und Nähe zur Kundschaft den Schritt in die Eigenständigkeit wagt. Aus kleinen Anfängen mit Leiterkarren entsteht Schritt für Schritt eine moderne Weinkellerei mit eigenem Event- und Erlebnisprofil, Angebot an Weinreisen, Anlässen, Distillerie und ein Gästehaus. Über ein Jahrhundert hinweg prägen Pioniergeist, Verlässlichkeit und Innovationsfreude die Geschichte – getragen von drei Generationen Hugi und einem Team, das heute 5 Mitarbeitende umfasst.

### Standort und Bau der ersten Gebäude

August Hugi kann sein Wein-Hobby nie verbergen und versorgt anfangs Freunde und Bekannte mit Weinen aus der Westschweiz und dem Wallis. 1926 beschliesst er, seinen Nebenerwerb zu seinem Haupterwerb zu machen. Mit dem wachsenden Erfolg wird 1931 die bauliche Basis der Kellerei geschaffen. In einer dreiteiligen Bauphase wird das Geschäftshaus erweitert und grosszügig unterkellert – die Grundlage für eine solide Lagerung und Verarbeitung.



### Weinhandel früher mit Anekdoten

Schon in den Anfangsjahren ist der Handel mit Wein von grossem Enthusiasmus geprägt, auch wenn die Logistik echte Pionierarbeit verlangt: 60–110-Liter-Fässer werden zunächst auf einem Leiterkarren ausgeliefert, teils bis nach Lommiswil und oft an Bauernhöfe. Mit der Organisation eines Motorrads mit Seitenwagen durch Bruder Emil wird der Radius grösser und die Arbeit leichter. Karl Hugi (2. Generation) erinnert sich schmunzelnd: «Am Hauenstein versagte unser erstes Motorrad erstmals seinen Dienst.» Bereits in dieser frühen Phase zeigt sich, was Hugi Weine auszeichnet: Pragmatismus, Erfindergeist und eine konsequente Nähe zur Kundschaft. Das Sortiment der frühen Jahre bleibt regional verankert und wird zugleich durch französische Weine, insbesondere aus Beaujolais und Burgund, ergänzt. Geliefert wird franko Domizil; die schweren Fässer stellt der Chef persönlich bis in die Keller. Man weiss, dass die Fasslagerung nur beschränkt geeignet ist; kleine Restmengen werden gelegentlich zu Weinessig. Karl hilft bereits als Bub mit und sammelt an schulfreien Nachmittagen die leeren Fässer wieder ein.



In den Kriegsjahren professionalisiert sich die Logistik. 1942 schafft das Unternehmen den ersten Lastwagen an. Fahrzeuge ab 3,5 Tonnen erhalten Benzincoupons vom Bund – ein wesentlicher Anreiz. Karl Hugi fährt früh und sammelt dabei auch Bussen: «Ich fuhr schon mit 16 mit diesem Vehikel herum. Das passte der Polizei nicht». 1944 steigt er offiziell in den Betrieb ein. Fortan holt er den Wein in grossen Holzfässern direkt in Frankreich ab. Pro Fahrt werden rund 4'000 Liter per Handpumpe in die Fässer gefüllt. Die Fahrten sind nicht selten sehr intensiv und getaktet. Abfahrt morgens in Selzach, Ankunft am Nachmittag in Frankreich, kurze Ruhepause, Weckruf um 2 Uhr nachts, gestärkt mit einem Marc zurück an die Grenze – idealerweise vor 7.30 Uhr. Nicht immer läuft alles nach Plan. Karl war genervt davon, dass Zöllner ständig zu viele Muster von seiner Ware zogen. Eines Tages, als ein Beamter auf die Ladefläche kletterte, schloss Karl ihn ein und fuhr los. Der verdutzte Zöllner musste drei Kilometer unfreiwillig mitfahren und dann zu Fuss zurücklaufen. Nach diesem Vorfall war Karl von weiteren überzähligen Kontrollen befreit. Solche Episoden erzählen vom Improvisationsvermögen dieser Zeit.



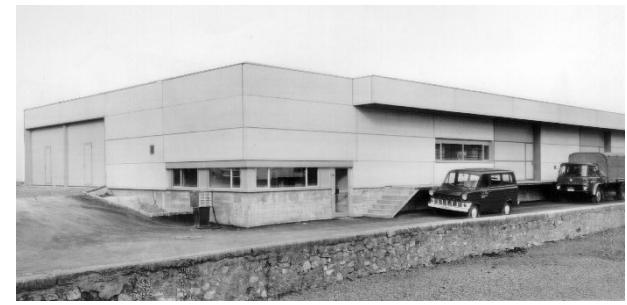
In den fünfziger Jahren verschiebt sich der Absatz vom Fass zu kleineren Gebinden. Literflaschen werden von Hand abgefüllt und verkorkt; zugleich gewinnt die 7-dl-Flasche an Bedeutung. Das Pfandsystem setzt sich durch: Flaschen werden nach Rückgabe gewaschen und wieder befüllt. Eine Rechnung vom 23. Dezember 1954 dokumentiert den Kreislauf der Retouren sowie die Pflicht, Fässer und Kisten rasch möglichst franko Selzach in tadellosem Zustand zurückzusenden. 1958 folgt der Effizienzsprung: Eine elektrische Abfüllanlage von Bertolaso nimmt den Betrieb auf und füllt, verkorkt und etikettiert bei Bedarf 700 bis 800 Flaschen pro Stunde. Die Flaschenwäsche erfolgt zunächst weiterhin von Hand, bis 1966 eine



Flaschenreinigungsmaschine mit einer Kapazität von rund 1'000 Flaschen pro Stunde angeschafft wird. Neue Formate wie die 50-cl-Flasche etablieren sich; der Kronenkorken, im Volksmund Deckeli, setzt sich als praktischer Verschluss durch.

### **Neubau und Festigung des Standortes Selzach**

Seit 1926 – und bis heute – bleibt der Standort an der Kirchgasse in Selzach die Konstante von Hugi Weine. 1972 entsteht der bis heute prägende Elementbau mit grosser Laderampe. 1975 wird eine neue, moderne Abfüllanlage installiert, welche die Pioniermaschine der fünfziger Jahre ablöst. Im selben Jahr beginnen die Weintage – die Geburtsstunde eines Markenzeichens. Die erste Ausgabe findet auf dem Aareschiff Stadt



Solothurn statt. In den Folgejahren wechseln die stimmungsvollen Spielorte: Aare-Schiffe in Altretu, die Siesta in Büren an der Aare, Schloss Waldegg, das Solothurner Landhaus und die Alte Rythalle. Was konstant bleibt, ist die Idee: Wein & mehr – Degustation, Entdeckung und Begegnung.

## **Hugi Weine wird als Marke sichtbarer**

Die Marke wird in den achtziger und neunziger Jahren sichtbarer. 1981 weiht Hugi Weine eine Filiale am Stalden in Solothurn ein, die bis 2002 in Betrieb bleibt. 1995 entsteht am Stammsitz in Selzach ein grosszügiges Verkaufsgeschäft im bestehenden Gebäude. 1997 wird die Kollektivgesellschaft in eine Aktiengesellschaft umgewandelt. 1999 übernehmen Heinz und Beatrice Hugi den Familienbetrieb in dritter Generation. In ihrer Ägide erweitern sie das Profil und die Unabhängigkeit des Sortiments: Ab 2003 setzt Hugi Weine auf Eigenimporte aus den umliegenden Ländern, die heute etwa 90 Prozent des Angebots ausmachen. 2005 folgt die Spezialisierung mit Weinen aus dem Valpolicella, insbesondere Amarone – ein Schwerpunkt, der später in den Weintagen mit eigenen Themenständen glänzt.

Mit der Digitalisierung wird das Haus 2012 online sicht- und erlebbar. Ein Webshop geht live.

## **Konzeptanpassung und eine weitere Diversifizierung**

Das Bestreben nach Innovation und die strategische Neupositionierung der Hugi Weine führen zu einer entscheidenden Phase der Diversifizierung am Firmensitz in Selzach. Nach intensiven Machbarkeitsstudien reift die Vision eines umfassenden Ausbaus heran, der bestehende Strukturen harmonisch mit neuen, funktionalen Elementen verbinden soll. Das erklärte Ziel ist es, einen einzigartigen Ort des Genusses zu schaffen, der durch eine bisher in dieser Form nicht dagewesene Kombination von Räumlichkeiten besticht. Das detaillierte Konzept überzeugt durch die Integration eines zeitgemässen Verkaufsladens mit einem geräumigen, gemütlichen Gewölbekeller in Kombination mit grosszügigen, modernen Eventräumen und einer weitläufigen Terrasse. Dies bietet vielfältige Möglichkeiten für Anlässe und Veranstaltungen. Dieses erweiterte und optimierte Raumangebot bringt entscheidende Vorteile für die Neuausrichtung des Unternehmens. Die Pläne werden zügig in die Tat umgesetzt: Der Baubeginn erfolgt im März 2014 und dank effizienter Planung kann die feierliche Eröffnung bereits im November desselben Jahres stattfinden. Die neu geschaffene, zeitgemäss und stimmungsvolle Degustations- und Eventlocation markiert einen Meilenstein in der Unternehmensgeschichte. Seither sind auch die traditionellen Weintage wieder fest am Hauptsitz verankert, wodurch die Besucher die Marke unmittelbar an ihrem Ursprungsort erleben und die Verbindung zur Herkunft und die Authentizität des Genusses spürbar vertieft werden.

## **Wein-Club amici barrica prima:**

Der Verein amici barrica prima wurde offiziell im direkten Zusammenhang mit der Erweiterung der Räumlichkeiten von Hugi Weine im Jahr 2014 gegründet. Während die Mithilfe bei der Finanzierung der baulichen Erweiterung ein initialer Anlass war, definierte der Verein schnell seine eigenen, umfassenderen Ziele mit der Vision, eine lebendige Gemeinschaft zu schaffen, die über das blosse Trinken von Wein hinausgeht. Der Mitgliederbestand des Clubs liegt aktuell bei 103 Personen (Stand: Januar 2024).

Die zentralen Ziele sind die Pflege und Freude an guten Weinen, die Erweiterung des Weinwissens durch gemeinsame Degustationen und Reisen, sowie die Förderung von Bekanntschaften, Geselligkeit und guten Gesprächen. Die "amici barrica prima" verstehen sich als eine unkomplizierte Gruppe von Weinliebhabern. Die Atmosphäre ist ungezwungen und das Motto lautet schlicht: „Weinfreunde mit Wein- und Genusskultur“. Das Vereinsleben ist geprägt von regelmässigen, engagierten Anlässen: der jährlichen Versammlung, gemeinsamen Vereinswein-Abfüllungen sowie interessanten und gemütlichen Weinreisen zu couragierten Wein-Produzenten etc.. Der Club bietet seinen Mitgliedern eine Plattform, um die Faszination Wein in einem sozialen und freundschaftlichen Rahmen zu teilen und das Wissen darüber stetig zu vertiefen.

## **Weinreisen "Erleben, wo der Wein wächst":**

Ein weiteres, etabliertes Standbein im Angebot von Hugi Weine bilden unsere exklusiv organisierten Weinreisen. Unter dem Motto "Gemeinsam unterwegs, nah an Herkunft und Menschen" bieten wir unseren Kunden seit mittlerweile 25 Jahren Weinerlebnisse der besonderen Art.

Mit grosser Hingabe organisieren wir unvergessliche Reisen, auf denen die Vielfalt der Weinregionen und die faszinierenden Geschichten ihrer Produzenten lebendig werden. Sorgfältig geplante Routen erschliessen einzigartige Rebberge und Weingüter. Im Mittelpunkt steht dabei die fundierte, aber stets verständliche Wissensvermittlung, vom Rebstock über die Vinifikation bis hin zur Stilistik des fertigen Weins. Die Reisen bieten reichlich Zeit für Austausch und Begegnung. Selbstverständlich gehört auch die regionale Küche fest zum Programm: Einfache Klassiker und feine Spezialitäten werden stimmig zu den verkosteten Weinen serviert.

Bei der Planung legen wir höchsten Wert auf Qualität und Authentizität. Kurze Wege und ein genussvolles Tempo sorgen für bleibende Eindrücke. Hugi Weinreisen verbinden Lernen, Erleben und Geniessen, ganz im Sinne unserer Philosophie "Wein & mehr", direkt dort, wo er Wein entsteht.

## **Edeldestillate by Hugi Weine**

Parallel entwickelt sich ab Mitte der 2010er-Jahre der Gedanke, neben Wein auch eigene Edelbrände anzubieten. Erste Brennversuche erfolgen 2016 in der Brennerei Grogg in Altretz; weitere Erfahrungen werden in der Distillerie Schwab in Oberwil und bei der Edeldistillerie Appenzell gesammelt. Mit der Beschaffung eigener Apparate nimmt das Vorhaben Fahrt auf. Im alten Weinhaus an der Kirchgasse 1 – 1926 vom Gründer erbaut – werden im Parterre zwei Destillierapparate installiert. Der neu gestaltete Keller beherbergt den HUGINAC-Fasskeller und einen stimmungsvollen Raum für bis zu 50 Personen. Ende April 2022 wird die Distillerie feierlich eröffnet. Zum Start entsteht die Linie HUGINAC: ein im Kleinen Fass mindestens sechs Monate gereifter Brandy, ein Jurabitter auf Basis eines alten Rezepts von Hildegard von Bingen sowie ein Likör. Bald wagen sich die Brenner Heinz Hugi, Dominik Schmid und Janick Schwarzentrub an die Entwicklung eines eigenen Gins. Im Dezember 2022 wird HUGIN lanciert; im September 2023, anlässlich der HESO, folgt der 11 Gin, Solothurner London Dry Gin, basierend auf elf ausgewählten Botanicals aus Blüten, Beeren, Samen, Früchten, Kräutern und Gewürzen.

## **Erweiterung mit einem Gästehaus**

Seit Juni 2022 ergänzt das hb-Gästehaus mit zehn grosszügigen Zimmern und Terrasse das Angebot. Es verbindet die Welt des Weins und der Spirituosen mit Gastlichkeit vor Ort und wird gerne sowohl von Gästen als auch von Produzenten genutzt.

## **Ein Stück Bielersee in Selzach; Das Treberwurstessen im alten Weinhaus**

Ab dem Jahr 2023 bereichert ein Stück Bielersee die kulinarische Szene in Selzach. Hugi Weine lanciert in den neu gestalteten Räumlichkeiten des alten Weinkellers – dem "Alten Weinhaus" ein traditionelles Treberwurstessen.

Das Konzept "Einfach und gut" wird von Januar bis März an Mittwoch-, Freitag- und Samstagabenden umgesetzt. Das Pauschalangebot beinhaltet Apéro, Wein und die Hauptattraktion: Hugi's Treberwurst à discrédition, begleitet von Salat und Kartoffel-Lauchgemüse.

Die Besonderheit dieser Saucisson liegt in ihrer regionalen Produktion durch die Metzgerei Scholl und der Veredelung mit dem hauseigenen HUGINAC 1 Brandy. Die Würste werden traditionell im "Brennhäfeli" auf Traubentrester gegart.

## **Fazit**

Mit Blick auf das 100-jährigen Bestehen zieht Hugi Weine ein zufriedenes Fazit. Mit Stolz und Freude blicken wir auf 100 Jahre HUGI WEINE zurück. Ein Jahrhundert voller Leidenschaft, Handwerk und Genuss. Ein Weg, den wir nur dank unseren Vorgängern, Mitarbeiterinnen, Mitarbeitern und Wegbegleitern gehen konnten. Mit neuen Ideen und einem gut abgestimmten und eigenständigem Sortiment freuen wir uns, Herausforderungen der Zukunft erfolgreich zu meistern. Der Anspruch bleibt unverändert: konsequent auf Qualität setzen, vielversprechende Spitzenprodukte früh entdecken und Kundinnen und Kunden kompetent, persönlich und verlässlich beraten. So spannt die Chronik von der Kirchgasse im Jahr 1926 bis ins Jubiläumsjahr 2026 einen Bogen über ein Jahrhundert – getragen von Familiengeist, regionaler Verankerung und der Leidenschaft für Wein und Genuss.