

Ehret Einheimisches

Jetzt haben wir den Salat, müsste man wohl etwas salopp sagen. Gemeint sind die Touristen aus aller Herren Länder, welche die Schweiz überschwemmen, weil seit Jahren Millionen von Franken in die Werbung im Ausland verpulvert werden. Aktuelle Reaktionen zeigen, dass das Fass voll ist, wenn es nicht schon überläuft. Gemeint sind die Touristen aus Asien, die wie Hornissen Pilatus und Rigi bevölkern, Lokalitäten in Luzern stürmen, an den Pralinés in Cafés schmecken, auf der Kapellbrücke



Kurt Zurfluh,
Moderator

EINBLICKE

herumpucken und Toiletten auf den Vierwaldstättersee-Schiffen verstopfen. Kurz: Hier gibt es einiges an Gästen, die keine Spur von Anstand haben, eigentlich besser dort bleiben würden, wo sie herkommen.

Aber die studierten Schweizer Marketingstrategen haben es so gewollt und wollen es scheinbar auch künftig. Sicher gibt es Touristen mit viel Moneten im Geldsäckel, der Grossteil aber sind solche, die im Schnellzugtempo durch die Schweiz rasen und wenig in die Kassen der Tourismusanbieter spülen. Wenn ein Gast aus China in einem Hotel in Weggis für die Übernachtung 35 Franken bezahlt, ist wohl nicht von Qualitätstourismus zu sprechen. Mit dem Car reisen sie an, posten kurz vor der Ankunft noch billigen China-Food, machen ein paar Bilder und -schwups, sind sie wieder weg, am gleichen Abend in Mailand.

Schweiz Tourismus will unter Mithilfe der Polit-Lobby in Bern aber weiter viel Geld für die Werbung im Ausland einsetzen: 220 Millionen Franken in den nächsten vier Jahren. Dabei ist auch von Investitionen in Indien die Rede. Ja, richtig gelesen: Indien. Genau dieses Land, wo täglich Frauen vergewaltigt werden, wo ein Kastendenken zwischen der Ober- und der Unterschicht vorherrscht, wo die Reichen sich im Ausland benehmen wie schwer erziehbare Jugendliche. Oder fragen Sie mal Flugbegleiter, wie sie von Indern behandelt werden, welchen Dreck diese im Flugzeug zurücklassen. Oder ich erinnere mich an ein Ereignis im Flugzeug, als ein Bub indischer Herkunft während der Nacht dauernd an meinem Sitz gerüttelt hat, bis ich ihm mitten in der Nacht eine Ohrfeige gegeben habe. Lautes Geschrei, mit dem Resultat, dass sämtliche Passagiere wach wurden und der Vater mir mit einer Verhaftung am Landeort New York drohte. Wie Sie feststellen können, lebe ich immer noch ...

Ich bin der Meinung, dass der einheimische Tourismus besser alimentiert werden sollte. Wieso unterstützt Schweiz Tourismus nicht innovative Hotelbetriebe, die meistens von Familien geführt werden? Allein in Weggis kenne ich vier Hotels, die ein tolles Wellness-Angebot haben, eine ehrliche, kulinarisch hochstehende Küche pflegen, die dank dem jahrzehntelangen Engagement auf eine treue Stammkundschaft zählen dürfen. Aber da ist natürlich die Übernachtung nicht für 35 Franken zu haben. Schweiz Tourismus soll ein Fachgremium zusammenstellen, das innovative Hotelbetriebe in der ganzen Schweiz unterstützt. Aber ein Gremium, das etwas versteht von Hotellerie und Tourismus. Keine Politiker, die nur auf Gratis-Übernachtungen schielen, keine selbst ernannten Gourmet-Päpste, die sich gegen Entschädigung die Bäuche vollstopfen und die besten Weinkeller leertrinken. Also: Ehret einheimisches Schaffen, und lasst die Geldverschwendung in Asien oder wo auch immer!

redaktion@zentralschweizamsonntag.ch

Das eigene Bier wird Realität

SURSEE Die Idee entstand während einer Semesterarbeit an der Hochschule Luzern: ein eigenes Bier aus Sursee. Ab 2016 ist es so weit: Die Produktionsstätte ist angemietet.

THOMAS HEER
thomas.heer@zentralschweizamsonntag.ch

Herbert Blum hat Positives zu vermelden. Er sagt: «Diese Woche haben wir den Mietvertrag unterzeichnet.» Das heisst, die «Soorser Bier AG» wird künftig in ihren Räumlichkeiten im Industriegebiet von Sursee ein eigenes Bier brauen. Im Frühling 2016 werden die ersten Flaschen des «Soorser Biers» abgefüllt. Blum rechnet fürs erste Jahr mit einer Produktionsmenge von 1000 Hektolitern. Damit hat das Unternehmen noch Luft nach oben. Denn bei Kleinbrauereien werden pro Jahr in der Regel bis zu 3000 Hektoliter produziert.

Dass es in Sursee und Umgebung bald ein eigenes Bier zu kaufen gibt, hat damit zu tun, dass sich 2014 drei Stu-

denten während einer MBA-Semesterarbeit an der Hochschule Luzern mit einem Business-Plan für eine Brauerei beschäftigten. Beim MBA handelt es sich um ein Nachdiplomstudium, im Verlauf dessen die Absolventen in allen wesentlichen Management-Bereichen vertieft geschult werden.

Aktienkapital wird erhöht

Es war im Frühling jenes Jahres, als sich die drei Studenten Silvan Gut, Alexander Oleschinsky und Herbert Blum mit eben diesem Businessplan beschäftigten. Bei der theoretischen Arbeit stand eine fiktive Brauerei im Fokus. Der Hintergrund: Die Absolventen des Lehrganges hatten kurz zuvor eine lokale Bierproduktionsstätte besucht. Während der Arbeit reifte die Idee, das Theoretische dereinst in die Praxis umzusetzen. «Wir betrieben Marktforschung in der Region von Sursee und stellten dabei fest, dass in der Gastroszene die Idee eines eigenen Biers auf viel Interesse stiess», erinnert sich Blum.

Vom positiven Echo beflügelt, gründete Blum zusammen mit seinem ehemaligen Studienkollegen Oleschinsky und dessen Ehefrau, Karin Wagemann, die Soorser Bier AG. Die drei bilden

heute auch den Verwaltungsrat des Unternehmens, mit Wagemann als Präsidentin an der Spitze. Das Aktienkapital beträgt derzeit 100 000 Franken und soll in den kommenden Monaten sukzessive erhöht werden. «Wir sind daran, neue Aktionäre zu gewinnen», sagt Blum, der bei der Firma Schurter AG in der Stadt Luzern als Produktmanager arbeitet. Bei der Aktionärssuche werden die Neo-Bierbrauer vor allem bei Personen im Gastrobereich, aber auch bei Gewerbebetrieben sowie Privatpersonen fündig.

Kleinbrauereien boomen

Beim ersten Soorser Bier wird es sich um ein helles Lagerbier handeln. «Wir werden ein sogenanntes Craft-Bier, also ein nach ehrlichem Handwerk produziertes Bier, herstellen.» Typisch daran: Weil das Getränk, im Gegensatz zu industriell hergestelltem Bier, weder gefiltert noch pasteurisiert wird, ergibt sich ein prägnanteres Aroma. Dass sich kleine Brauereien auf dem Markt durchsetzen können, zeigt ein Blick in die

Statistik. Gemäss der Interessengemeinschaft unabhängiger Klein- und Mittelbrauereien hat sich die Zahl Bierproduzierender Unternehmen in den vergangenen 30 Jahren schweizweit von 34 auf beinahe 500 erhöht.

Soziales Engagement

Blum und seine Mitstreiter evaluieren derzeit, welches Sudhaus - in diesem Kessel wird die Würze produziert - angeschafft werden soll. Wohl die wichtigste Funktion im technischen Bereich eines Bierproduzenten fällt dem Braumeister zu. Diese Person dürfte in den kommenden Wochen rekrutiert werden. Insgesamt

«Wir werden ein nach ehrlichem Handwerk produziertes Bier herstellen.»

HERBERT BLUM,
SOORSER BIER AG

rechnet Blum mit einem Personalbestand, der sich total auf zirka 300 Stellenprozent belaufen wird. Karin Wagemann ist studierte Sozialarbeiterin. Daher werden bei der Soorser Bier AG künftig auch Männer und Frauen beschäftigt sein, die es auf dem Arbeitsmarkt schwer haben, eine Stelle zu finden.

Der «Kioskmann» ist ein wahrer Tausendsassa

LUZERN Richard Buholzer ist Kioskverkäufer. Aber ebenso Fremdenführer, Pöstler, Hundesitter, Psychologe und Stellenvermittler. Sieben Tage die Woche - von morgens um sieben bis abends um sieben.

Am liebsten essen die Leute aus dem Luzerner Hochwacht-Quartier Magnum-Schoggiglace. Kioskverkäufer Richard Buholzer (57), den die meisten einfach «Richi» nennen, kennt den Geschmack seiner Kunden ganz genau. Im Winter sind Mohrenköpfe sein Kassenschlager. Bis zu hundert Stück verkauft er pro Woche. «Ich kann auf fast alle Wünsche eingehen, das ist das Gute, wenn man selbstständig ist», sagt Richi. Die Quartierbewohner schätzen das. Während unseres Gesprächs kommen viele vorbei, um mit «ihrem» Kioskverkäufer ein paar Worte zu wechseln. Einem legt er sogleich die Dame ans Herz, die gestern sein Kabäuschen geputzt hat - denn der Mann ist auf der Suche nach einer zuverlässigen Putzfrau. Richi weiss das, wie er auch weiss, wer im Quartier wo eine Wohnung zu vermieten hat. «Manchmal weiss ich mehr von einer Frau als ihr eigener Mann», schmunzelt er.

Kooperation mit Nachbarn

Richi ist ein Mann, dem die Nachbarn vertrauen. Für die Geschäfte rund um seinen City-Kiosk nimmt er gerne morgens die Pakete entgegen, wenn der Pöstler sie bringt, bevor die Büros besetzt sind. Dafür holen die Chefs dann teils Glacen für die Mitarbeiter bei ihm. «Manchmal werde ich auch gebeten, für eine Weile auf den Hund einer Dame zu achten, die im Haus wohnt. Und ich habe sogar schon mal ein Weihnachtsgeschenk für eine Kundin organisiert, die wegen ihrer Arbeitszeiten nicht mehr dazu gekommen ist.» Für solche Dienste spannt Richi auch gerne mal andere ein. «Es gibt einige Pensionäre im Quartier, die gerne auf einen Schwatz zu mir überkommen. Einen von ihnen habe ich gebeten, für die Dame ein Messer gravieren zu lassen.»

Der verirrte Emil Steinberger

Doch auch als Touristenführer wird Richi gebraucht. «Jeden Tag fragen mich Leute, wo das Löwendenkmal oder die Lion-Lodge-Unterkunft ist. Ich habe mir schon oft gesagt, die Stadt müsste das besser signalisieren. Aber der Vorteil ist, dass die Touristen dann oft bei mir noch ihre Zigaretten oder Kaugummis kaufen, wenn ich ihnen den Weg gezeigt habe.» Auch Emil Steinberger kam schon vorbei und fragte nach dem Weg - zum



Beliebt, geschätzt und nie um einen kecken Spruch verlegen: Richi Buholzer in seinem Kiosk an der Zürichstrasse in Luzern.

Bild Dominik Wunderli

Radio 3fach, wo er ein Interview geben sollte. «Ich sehe es den Leuten gleich an, wenn sie etwas suchen», sagt Richi.

Politiker: Ab in den Kiosk!

Es ist ein Geben und Nehmen. Gerade wird das Gespräch wieder unterbrochen. Ein älterer Herr bringt Richi ein «Meitschibe» aus der Bäckerei vorbei. «Manchmal kommt es mir fast vor, als wollten mich meine Kunden mästen», lacht dieser. Wenn er nicht gerade mit Kunden oder Büroarbeiten beschäftigt ist, liest Richi die Zeitungen, die er in der Auslage hat. «Allgemeinwissen ist mir sehr wichtig. Und schliesslich muss ich ja mitreden können, wenn sich vor meinem Kiosk mal wieder eine Diskussionsrunde entwickelt und man spontan ein Bier zusammen trinkt.» Im Moment sorgen das Gesamtverkehrskonzept, die Verkehrsführung am Schlossberg und der

Umbau des Gletschergartens für Gesprächsstoff im Quartier. «Ich würde jedem Politiker empfehlen, sich mal einen Tag in einen Kiosk zu stellen. Da bekommt man hautnah mit, worüber sich die Leute wirklich aufregen.»

Ein Millionenversprechen

Doch manchmal sind von Richi auch psychologische Fähigkeiten gefragt. «Kürzlich musste ich eine junge Frau trösten, die an der Bushaltestelle in Tränen ausgebrochen ist. Sie hatte Probleme mit ihrer Wohnung.» Richi war aber auch schon Retter in der Not, als sich einer seiner Kunden mit seiner Frau verkracht hat. «Als der Streit eskalierte, ist er zu mir geflüchtet. Ich habe ihm ein Bier offeriert, so konnte er sich wieder beruhigen.» Auch bei Liebeskummer steht dieser Kioskverkäufer seinen Kunden also bei. Vielleicht

wird sich das irgendwann so richtig auszahlen. «Viele haben schon gesagt, dass sie im Gewinnfall mir eine Million abgeben werden, als sie bei mir einen Lottoschein ausgefüllt haben - so viel ich weiss, hatten bisher aber weder sie noch ich Glück», lacht Richi.

Kraft tanken auf dem Land

Langweilig wird es dem 57-Jährigen nie. Und das, obwohl er jeden Tag zwölf Stunden in seinem Kiosk arbeitet. Wenn er seinen Laden aber abschliesst, verlässt er sehr gerne das Getümmel der Stadt und zieht sich in sein Zuhause in Grosswangen zurück. Dort hat er zuvor als Bauer gearbeitet - noch heute hilft er regelmässig aus. «Hobbymässig», wie er sagt. «Ich arbeite sehr gerne in der Stadt und in diesem lebendigen Umfeld. Aber abends fahre ich auch gerne wieder weg.» Nach so viel Zuhören, Helfen, Organisieren und Improvisieren braucht er wohl die ländliche Ruhe.

LENA BERGER

lena.berger@zentralschweizamsonntag.ch