WB Wirtschaft

Hochprozentig:

Die Brennerei Nummer 1

Inhalt

Seite 10
Digitalisierung:
Unterstützung für KMU

Seite 16
Wie Bankchefs
ihr erstes Geld verdienten

Seite 19
Trends
in der Gebäudetechnik

Seite 22
Kleinbrauereien
ganz gross

Impressum

Herausgeber: SWS Medien AG Verlag
Auflage: 28 405 Exemplare
(Beilage zum WB Nr. 21 vom 16. März 2018)
Text: Redaktion Willisauer Bote
Layout: Stephanie Bühler
Inserate: SWS Medien AG Werbung
Druck: AZ Medien AG

Frontbild: Andreas Haas, Leiter der Diwisa-Fabrikation. Er hat einst bei der Willisauer Unternehmung die Lehre als Lebensmitteltechnologe gemacht. Foto **zvg**

Liebe Leserinnen, liebe Leser

Hochprozentig.
In der Schweiz ist sie mittlerweile die grösste Brennerei, ihre Markenprodukte bereichern die Bars auf der ganzen Welt: Die Diwisa Distillerie Willisau SA feiert ihr 100-jähriges Bestehen. Das Traditionshaus startet dank ständiger Innovationen gestärkt und zuversichtlich ins zweite Jahrhundert. Was ist das Erfolgsrezept des Willisauer Unternehmens? Lesen Sie unser Interview mit CEO Adrian Affentranger.

Hochmotiviert.
Mehr leisten als gefordert. Arbeit mit Herzblut. Daraus resultieren besondere Produkte. Unverkennbar und einzigartig. Wir stellen Ihnen einige dieser «Hausspezialitäten» von regionalen Betrieben vor.

Hochqualifiziert.
Unternehmerischer Erfolg hat viele Komponenten. Zu den wichtigsten gehören gut ausgebildete Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sie zu finden, ist nicht immer einfach. Insbesondere Gewerbebetriebe haben zunehmend Mühe, junge Menschen für ein Handwerk zu begeistern. Wie reagieren sie?

Hochaktuell.
Auch die Medien sind Teil der Wirtschaft. Wir danken an dieser Stelle speziell allen unseren treuen Inserenten. Denn eine Zeitung lebt nicht vom Wort allein.

Stefan Calivers,
Chefredaktor

Adrian Affentranger (44), Geschäftsleiter/Mehrheitsaktionär der Diwisa Distillerie Willisau SA. Foto **zvg**

Ein Teamplayer führt die grösste Brennerei

Die Diwisa Distillerie Willisau SA feiert 2018 ihr 100-jähriges Bestehen. Welche Erfolgsrezepte, Stärken und Schwächen hat jener Mann, der die Schweizer Brennerei Nummer 1 ins zweite Jahrhundert führt? Ein Gespräch mit CEO Adrian Affentranger.

von Norbert Bossart

100 Jahre Diwisa: Adrian Affentranger, welches ist das passende Getränk, um auf diesen Meilenstein in der Firmengschichte anzustossen?
Ein guter Cocktail mit unserem Wodka Xellent. Wodkatypische Begriffe wie Sauberkeit, Klarheit und Reinheit passen zum Handwerk und zur Tradition, die unsere Distillerie seit nunmehr 100 Jahren am Standort Willisau pflegt. Und Xellent besteht aus 100 Prozent Schweizer Rohmaterialien – wir verwenden ausschliesslich Roggen aus der Region Willisau. Xellent ist anderseits ein Musterbeispiel unserer Innovationen. Wir orientieren uns an Trends – so etwa an der Cocktailkultur, die stark am wachsen ist. Xellent steht für Qualität, individuelle Geschmacksnote und eigenständiges Design. Diese Attribute sind unsere wichtigsten Trümpfe auf dem hart umkämpften Markt.

Apropos Konkurrenzkampf: In der Schweiz gabs in den letzten 20 Jahren ein grosses Brennereisterben. Von den einst über 700 gewerblichen Distillerien existieren heute noch knapp ein Drittel. Wider diesem Trend kann Diwisa einen hohen runden Geburtstag feiern. Warum?
Nach dem Abbau der Zollschranken für die ausländische Konkurrenz hat die Diwisa rechtzeitig aufs richtige Pferd gesetzt: den Aufbau von eigenen starken Marken. Meine Vorgänger lancierten Brands, die wir in den letzten Jahren stetig ausbauten. So etwa Trojka, Xellent oder Distillerie Willisau. Inzwischen produzieren und verkaufen wir beispielsweise gegen vier Millionen Energy-Drinks. Heute machen wir mit un-

Vom Koch zum CEO

Adrian Affentranger (44) ist in einer fünfköpfigen Familie in der Buttisholzer Fürti aufgewachsen. Er ist Sohn eines Metzgers und einer Hausfrau/Damenschneiderin. Sein allererstes Geld verdiente er mit Erntearbeiten auf dem Buttisholzer Hof Luternauer. Als Sekundarschüler war die Hotelfachschule sein Ziel. «Ich sah meine Zukunft in der Gastromomie.» So lernte er vorerst Koch in der einstigen Nottwiler «Krone». Nach der Berufsmatura studierte Adrian Affentranger Lebensmitteltechnologie in Wädenswil ZH. Es folgte ein Nachdiplomstudium in Logistik/Prozessmanagement an der Hochschule Zürich. Bei Coop wirkte er fünf Jahre als Produktionsleiter. 2007 wurde Adrian Affentranger Betriebsleiter der Diwisa. Im Jahre 2015 übernahm er nach einem Management-Buy-out die Aktienmehrheit und Geschäftsführung der Distillerie Willisau SA. Adrian Affentranger ist verheiratet und Vater dreier Kinder. Er wohnt mit seiner Familie in Sursee. In seiner Freizeit fährt er Ski, spielt in einem Ruswiler Volleyball-Team mit oder macht gerne einen Jass. **-art.**

seren eigenen Marken 70 Prozent unseres 100-Millionen-Franken-Umsatzes. Zudem haben wir ein gutes Verkaufsnetz aufgebaut, das für Partner interessant ist. Agenturmarken wie Jägermeister, Sierra Tequilla oder neu Thomas Henry haben sich zu einem wichtiger Pfeiler im Diwisa-Sortiment entwickelt. Ihr Umsatzanteil beträgt cirka einen Viertel.

Diwisa-Gründer Hans Affentranger verdiente sein Geld weder mit Energy-Drinks noch mit Jägermeister, sondern vor allem mit Obstbränden. Kafi Luz – sprich Träsch, Kirsch oder Zwetschge: Alles Traditionsprodukte, die im Diwisa-Sortiment immer mehr an wirtschaftlicher Bedeutung verlieren.
Durch die Aufhebung der Zollschranken hat in der Schweiz der Verkauf von Fruchtbränden in den letzten 15 Jahren massiv abgenommen. In den Neunzigerjahren betrug der Marktanteil der Schweizer Produzenten rund 50 Prozent, inzwischen ist er auf deren 13 geschrumpft. Wir waren gezwungen, neue Wege zu finden, auf neue Produkte zu setzen. Dennoch haben die Obstbrände bei der Diwisa weiterhin einen hohen Stellenwert. Wir sind mit gegen 4000 Tonnen inländischem Brennobst der grösste Verarbeiter in der Schweiz. Zudem leben wir in einer Zeit, in der Tradition von der jüngeren Generation wieder stärker gelebt und zelebriert wird. Retro ist «in». Kafi Luz zum Beispiel wird an Anlässen wie Schwingen, Jassen oder Fasnacht wieder vermehrt getrunken.

Qualität und Tradition in der Flasche sind das eine, die Verpackung oder generell der Marktauftritt das andere. Sie buttern viele Millionen Franken in Marketing und Verkauf – rund einen Drittel der Aufwendungen.
Unser Marketing ist gezielt und trägt Früchte. Nur mit einem gutem Auftritt bekommt eine Marke letztlich den entsprechenden Stellenwert beim Kunden. Darum sind unsere Marketingbemühungen vielfältig. So sind wir etwa bei den Skiweltcuprennen in Adelboden oder Wengen dabei, unterstützten Fasnachtsvereine beim Ausschank mit Infrastruktur oder sind an Musikfestivals mit Verkaufsständen präsent.

Bleiben wir bei der Werbung für Alkohol: Letzerer gilt als Volksdroge Nummer 1. Haben Sie kein schlechtes Gewissen, wenn Sie auf Kosten der Volksgesundheit Geld verdienen?
Die Schweiz kennt restriktive Werbeauflagen und strenge gesetzliche Vorgaben in der Alkoholprävention. Diwisa hält sich strikt an diese Vorgaben. Ob Alkohol schädlich ist, ist eine Frage des Masses. Die Diwisa will für Genussmomente sorgen. Das ist unsere Firmenphilosophie.

Sie heissen zwar Affentranger, haben aber keinen verwandtschaftlichen Bezug zur Gründerfamilie. Die Firmenübernahme im Jahre 2015 scheint dennoch familiär verlaufen zu sein.
Dafür haben klar geregelte Besitz- und Kompetenzverhältnisse gesorgt. Solche brauchts, will eine Unternehmung eine erfolgreiche Zukunft haben. Nach der Betriebsübernahme haben wir das Kader mit jungen, frischen Kräften ergänzt. Unser Team darf weiterhin auf den Erfahrungsschatz des einstigen Inhabers zählen: Andreas Affentranger unterstützt uns als Verwaltungsratspräsident.

Ihre Antwort spricht Bände. Redet Mehrheitsaktionär und Geschäftsführer Adrian Affentranger über seine Diwisa, braucht er Worte wie «wir» und «unser Team». Ihr Führungsstil?
Kooperativ-partizipativ. Ich nehme jeden einzelnen Mitarbeiter als Mensch ernst und beziehe ihn in die Entwicklung des Unternehmens mit ein. Es macht weit mehr Freude, gemeinsam etwas zu erreichen. Und: Kritik aus der Belegschaft gilt es ernst zu nehmen. Sie muss Ansporn sein, etwas noch besser zu machen.

Vom Kochlehrling in der «Krone» Nottwil zum Geschäftsführer des grössten Spirituosenproduzenten im Land: Was waren Ihre Trümpfe auf dem steilen Karriereweg?
Einerseits habe ich einen starken Willen – habe ich ein Ziel im Kopf, verfolge ich es konsequent. Falle ich hin, stehe ich sofort wieder auf. Zum andern bin ich mir bewusst, dass ich letztlich nicht alleine weiterkomme. Nötig ist ein Umfeld, das innovative Ideen mitträgt. Die Belegschaft gilt es einzubeziehen. Als Geschäftsführer muss ich ein gutes Tempo vorgeben. Und dabei sicherstellen, dass mein Team dieses Tempo mithalten kann. Fordern, aber nicht überfordern. Letztlich erreicht man nur miteinander grosse Ziele. Und: Sicher helfen mir bei der Lancierung neuer Produkte meine langjährigen Erfahrungen als Produktionsleiter.

Welche Schwächen hat CEO Affentranger?
Manchmal bin ich zu ungeduldig. Stärken und Schwächen hat jede und jeder. Eigene Defizite lassen sich beheben, indem man

Diwisa ist die grösste Spirituosenproduzentin der Schweiz. Jährlich werden unter anderem 4000 Tonnen einheimisches Brennobst verarbeitet. Foto **zvg**

Mitarbeitende einsetzt, die in diesem Bereich ihre Stärken haben.

Wertvolle Dienste – so ist in der Belegschaft hörbar – seien dem Diwisa-Chef auch einige Franken wert.
Innovative Ideen sind für ein Unternehmen überlebenswichtig und verdienen Anerkennung. Mit Worten und Geld. Daher zeichnen wir alljährlich Verbesserungsvorschläge oder zukunftsträchtige Ideen unserer Mitarbeitenden aus. Die Belegschaft ist aufgefordert, sogenannte «Trouvaillen» einzureichen. Entdeckungen zu melden, wie sich Produktionsabläufe optimieren lassen. Letztes Jahr trafen rund 300 Hinweise bei der Geschäftsleitung ein. Dank diesen wertvollen Meldungen gewinnen wir beispielsweise bei der Abwasserreinigungsanlage mehr Energie zurück und sind bei der Etikettierung der Flaschen flexibler geworden. Oder dank dem Input einer Lernenden konnten wir Doppelspurigkeiten in der elektronischen Bestellerfassung eliminieren.

Apropos neue Medien. Mitarbeiter berichten: Affentranger ist verrückt nach Apps und hat das papierlose Büro eingeführt. Sind Sie ein Fan der Digitalisierung?
Fakt ist: Wir leben im digitalen Zeitalter. Wir müssen im Unternehmen die heutigen technischen Errungenschaften optimal einsetzen. Die Diwisa beispielsweise kennt seit sechs Jahren die papierlose Lagerverwaltung. Es braucht keinen Papierkrieg, wenn er nicht nötig ist. Mit dem papierlosen Büro sind wir effizienter unterwegs, sparen Arbeitsstunden und letztlich Geld. Es gilt die Chancen der Digitalisierung zu nutzen – auch im privaten Bereich. Dies ohne dabei ein Sklave der neuen Kommunikationsmöglichkeiten zu werden.

Die Technologisierung lässt sich nicht stoppen – kommts bei der Diwisa zwangsläufig zum Stellenabbau.
Unsere Belegschaft ist seit mehreren Jahren konstant, konkret rund 100 Mitarbeitende gross. Im Marketing- und Verkaufsbereich sind trotz fortschreitender Technologisierung weiterhin Menschen vonnöten. Mitarbeitende, welche die Bedürfnisse unserer Kunden, also der Gastrobetriebe und Getränkehändler, sowie unserer Konsumenten kennen. Es gilt Beziehungen zu pflegen. Dazu brauchts Menschen, nicht Maschinen. In der Produktion hingegen wird die Automatisierung fortschreiten. In der Lebensmittelbranche ist daher generell ein Stellenabbau beobachtbar. Gute Jobchancen haben bei der Diwisa weiterhin Mitarbeitende, die Leidenschaft und Freude mitbringen. Nur wer mit Freude am Werk ist, kann auch Freude auslösen. Wir verkaufen Markenprodukte – die werden getrunken, wenn sie positive Emotionen auslösen.

Sauberkeit, Klarheit und Reinheit haben im Produktionsprozess oberste Priorität. Adrian Affentranger testet mit dem Betriebsleiter Thomas Lüscher ein Destillat. Foto **zvg**

Blicken wir in die Zukunft: Welche neuen Getränke erwartet die Diwisa-Kundschaft?
Zwei neue Schweizer Qualitätsprodukte. Marito ist ein Likör auf der Basis von Kräutern aus allen Schweizer Sprachregionen. Mit diesem wollen wir im Aperitif-Bereich für Genuss sorgen. Zudem sind wir an der Lancierung eines Whyskis, der zu unserer wildromantischen Napfregion passt. Ein erstes Destillat muss noch zwei Jahre in den Fässern lagern. Bei beiden besagten Produkten bringen wir unser handwerkliches Know-how in der Produktion von Spirituosen und die Herkunft «Schweiz» mit ein.

Schweizer Qualität wird im Zeitalter der Globalisierung ab und zu von finanzstarken Weltfirmen aufgekauft. Und Ihre Distillerie?
Wir haben den Management-Buy-out-Weg gewählt, damit der Tradtionsbetrieb Diwisa mit seinen Arbeitsplätzen Willisau und der Region erhalten bleibt. Mit der heutigen Marktposition haben wir gute Chancen, eigenständig zu bleiben. Und das ist meine feste Absicht. ■

2018 feiert Diwisa das 100-Jahr-Jubiläum

Die Distillerie Willisau, im Volksmund kurz Diwisa genannt, besteht seit genau 100 Jahren. Sie wurde 1918 vom damals 20-jährigen Willisauer Hans Affentranger gegründet. Die einstige Schnapsbrennerei gehört heute zu den Schweizer Marktführern in der Produktion und dem Vertrieb von traditionellen und modernen Getränken, also vom Kafi Luz über Vodka Xellent bis hin zum Energy-Drink. Landesweiter Spitzenreiter ist Diwisa in der Produktion von Spirituosen. Unter anderem brennt die Willisauer Distillerie rund 4000 Tonnen inländisches Obst. Diwisa erzielte 2017 einen Umsatz von rund 100 Millionen Franken. 70 Prozent davon erwirtschaftet die Diwisa mit eigenen Marken. Umsatzstärkste Brands sind Trojka, Jägermeister, Distillerie Willisau und Sierra Tequilla. Diwisa ist in 34 Ländern aktiv. Der Exportanteil beträgt gegen fünf Prozent. Diwisa beschäftigt rund 100 Mitarbeitende, davon sind ein Viertel Frauen. Der Grossteil der Belegschaft, rund 80 Personen, arbeitet am Standort Willisau. **-art.**

Inside Galliker

Vielfältige Berufswelt
Für Profis mit Passion

COOLE BUDE

www.galliker.com

Galliker Transport & Logistics

Feiern Sie Ihr Geburtstagsfest
oder Ihren Polterabend im «Mohren»

Bei einer Reservation speisen Sie an Ihrem **Geburtstag** oder Ihrem **Polterabend** **kostenlos** (Vorspeise, Hauptgang, Dessert)

Bitte reservieren Sie unbedingt Ihren entsprechend dekorierten Tisch im Voraus.

Wir freuen uns auf Ihre frühzeitige Reservation und Ihren Besuch

Täglich geöffnet

Guet ond gleitig

Gasthof zum Mohren
HOTEL | RESTAURANT | PIZZERIA
Telefon 041 970 11 10 WILLISAU www.gasthof-mohren.ch

RAIFFEISEN

Daniel Käser präsentiert die 16 Kilogramm schweren Rohschinken-Keulen. Foto **Chantal Bossard**

Spezialitäten des Hauses

Sie sind unverkennbar, einzigartig, besonders: Die Zeller Forellen der Bäckerei Wagner, der Ringlichäs der Regio Chäsi und der Rohschinken der Kloster-Metzgerei Haas.

von Chantal Bossard
und Linus Bürgi

Spezialitäten des Hauses? «Da könnte ich unzählige nennen», sagt Daniel Käser (44), Inhaber und Geschäftsleiter der Kloster-Metzgerei Haas AG, St. Urban. Ob Kräutersalami, Metzgerfilet oder Lyonerwurst: «Die ganze Warenpalette wird hausgemacht.» Gentechnisch, chemisch, synthetisch – solche Begriffe sind Fremdwörter im Hause Haas. «Für unsere Produkte verwenden wir möglichst natürliche Zutaten.» Diese Philosophie kostet vor allem etwas: Zeit. «Einen Salami kann ich problemlos in zwei Wochen produzieren – mit den nötigen Zusatzstoffen und künstlichen Aromen schmeckt er sogar nach Salami.» Aber das will er nicht. Gewürzfertigmischungen verwendet die Metzgerei Haas keine. Alle Gewürze werden in natürlicher, reiner Form eingekauft und selber nach alten Hausrezepten gemischt. Regionale Erzeugnisse wie Fenchelsamen, Baumnüsse oder Kräuter werden dabei ganz klar bevorzugt. «Qualität über Quantität», lautet das Motto. So auch bei der neusten Innovation des Betriebs: Rohschinken. Gereift wie der berühmte Parmaschinken aus Italien. Hausgemacht? «Selbstverständlich», bestätigt Daniel Käser. Eine Selbstverständlichkeit ist das aber nicht. «Ich kenne auf der ganzen Alpennordseite keinen Metzger, der solche Stücke von A bis Z selbst produziert.»

«Qualität kommt vor Quantität.»

Daniel Käser,
Kloster-Metzgerei Haas

Der Grund? «Das Wissen und die Geduld fehlen.» Die Prozedur beginne bereits mit der Auswahl der Schweine – «natürlich aus der Region». Diese werden zuerst nach den Coop-Naturaplan-Richtlinien aufgezogen. «Wenn die Tiere das reguläre Schlachtgewicht von zirka 80 Kilogramm erreicht haben, beginnt für sie ein Leben mit freiem Auslauf, bis sie rund 150 Kilogramm Schlachtgewicht auf die Waage bringen.» Das Resultat? «Schwere, gesunde Schweine, die eine top Fleisch- und Fettqualität besitzen.» Daraus entstehen pro Sau zwei cirka 16 Kilogramm schwere Keulen. Diese werden nach einem sorgfältigen Zuschnitt über Wochen regelmässig mit Meersalz eingerieben. «Mehr braucht es nicht», sagt Daniel Käser. Für Farbe und Geschmack sorgt die Zeit. «Respektive die Mikroorganismen, die währenddessen wirken.» Dass diese zum Zug kommen, dafür muss gesorgt sein. Spezielle Klimaräume ermöglichen mit optimaler Temperatur und Luftumwälzung eine gute Reifung. Italienisches Lebensgefühl, das seit rund zwei Jahren in der Metzgerei von der Decke baumelt. «Gut Ding will Weile haben – das muss man sich vorstellen wie bei einem edlen Wein», sagt Daniel Käser. Eine Keule kostet 300 bis 400 Franken. «Aber es lohnt sich!» Wieso? «Das nussige, milde Aroma wird jeden Gaumen erfreuen.» Und ausserdem: «Das Leben ist zu kurz, um minderwertigen Schinken zu essen.»

Süsse Fische

«Da muss ich nicht lange überlegen – natürlich unsere Zeller Forellen», sagt Anton Wagner (59), Geschäftsführer und Inhaber der Bäckerei Wagner, Zell, auf die Frage nach der Spezialität des Hauses. «Mein Vater wollte unseren Kunden eine Besonderheit anbieten.» Keine einfache Aufgabe:

AREGGER
PNEUHAUS GARAGE

:: Sofort-Montage
:: Ohne Voranmeldung
:: Preisgünstig
:: Grosse Auswahl

Mo bis Fr 7.30 – 12.00 Uhr
13.30 – 18.00 Uhr
Samstag 8.00 – 12.00 Uhr

Ettiswilerstrasse 23 :: 6130 Willisau
041 970 06 12

Lagerraum zu vermieten

Bättig Transporte AG in 6217 Kottwil

Kommissionieren und Konfektionieren gehören zu unseren Stärken.

Sie werden begeistert sein!

bättig transporte ag
6217 Kottwil · Tel. 041 984 00 00
www.baettig-transport.ch

Täglich frisch und gut.

WAGNER
Bäckerei-Konditorei-Zell
Bekannt für Frische und Qualität
Luzernstrasse 7, 6144 Zell
Telefon 041 988 13 35

82371

Baloise Bank SoBa

Nur ein Vorteil unserer Sicherheits-bausteine: Wir bringen Vorsorge- und Vermögensplanung zusammen und beraten Sie ganzheitlich.

Generalagentur Sursee
Bahnhofstrasse 15, 6210 Sursee
Tel. +41 58 285 66 00
Fax +41 58 285 66 10
sursee@baloise.ch

www.baloise.ch

Basler Versicherungen

Luzerner Kantonalbank

DER CITROËN JUMPY
UNLIMITED MISSIONS

CITROËN

„EIN PAKET FÜR HERRN ROBINSON!
BITTE HIER UNTERSCHREIBEN."

3 JAHRE GARANTIE

DER CITROËN JUMPY

- DREI VARIANTEN XS – M – XL
- MODUWORK MIT 4 M LÄNGE
- HÖHE 1,90 M**
- SEITLICHE HANDSFREE-SCHIEBETÜREN

business.citroen.ch

CITROËN empfiehlt TOTAL. * Fahrzeug-Garantie: 3 Jahre/80'000 km (es gilt das zuerst Erreichte). **Verfügbar für die Fahrzeuglängen XS und M in der Kastenwagen-Version und die Fahrzeuglängen XS, M und XL in der Kombi-Version.

Frühlingsausstellung: Sa/So, 17./18. März 2018
Sursee (Konzessionär)
Garage Heller AG 041 925 63 63,
www.garage-heller.ch

Frühlingsausstellung: Sa/So, 24./25. März 2018
Gettnau
Heller Garage AG 041 970 28 88,
www.heller-garage.ch

Frühlingsausstellung: Sa/So, 14./15. April 2018
Menznau
Garage Rüttimann AG 041 493 10 15,
www.garage-ruettimann.ch

TRANSPORT AG
DUSSTEINMANN

Wir sind Ihr Partner für
- Stückguttransporte
- Krantransporte
- Sattelzugmaschinen
- Kippertransporte
- Lager Logistik - Kommissionierung

DusSteinmann Transport AG
Mööslimatten 15 - 6218 Ettiswil
Tel. 041 980 00 10 - Fax 041 980 52 61
dussteinmann@dussteinmann.ch
www.dussteinmann.ch

«Eine Hausspezialität zeichnet schliesslich das ganze Geschäft aus – das soll wohlüberlegt sein.» Nach nächtelangem Tüfteln in der Backstube war sie anno 1956 schliesslich geboren – die Zeller Forelle. «Warum er ausgerechnet eine Forelle dazu auserkoren hat, bleibt mir ein Rätsel – vielleicht wegen unserem Dorfbach, der Luther», mutmasst Wagner. Ausser ihrer Form hat die Zeller Forelle wenig mit dem kaltblütigen Namensvetter gemein. Die Spezialität ist 10 Zentimeter lang, 4 Zentimeter breit und 1,5 Zentimeter hoch. Dunkle Schokolade

«Eine Freude für Schleckmäuler.»

Anton Wagner,
Wagner Bäckerei

umhüllt drei «Bödeli», die mit einer feinen Füllung durchzogen sind. «Die genauen Zutaten weiss nur ich – das ist sozusagen das «Wagnersche» Geheimrezept», sagt Anton Wagner. Die süssen Fische werden jeweils in einer Massenproduktion hergestellt. Eine aufwendige Angelegenheit: «Wir stellen Stück für Stück von Hand her.» Aber die Mühe lohne sich: «Die Zeller Forellen sind äusserst beliebt.» Eine Schachtel mit acht Stück wird im Laden für 19.50 Franken verkauft – verpackt und mit Schleife verziert. Denn ob zu Weihnachten, zum Geburtstag oder zum Hochzeitstag, Wagner ist überzeugt: «Unsere Zeller Forellen erfreuen jedes Schleckmaul.»

Eine runde Sache

Die Spezialität des Hauses? «Ganz klar, der Ringlichäs», antwortet Thomas Schweisser (57), Geschäftsführer der Regio Chäsi Willisau. Er ist eine vergleichbar junge Kre-

«Ohne Fleiss kein Preis.»

Thomas Schweisser,
Regio Chäsi Willisau

ation. Aber: «Den Wunsch danach gabs in der Regio Chäsi schon lange», so Thomas Schweisser. Im Jahr 2011 konnte die Idee eines eigenen Käses endlich angegangen werden. Für den Betrieb in Kottwil wurde eine neue Käsepresse angeschafft. Diese ermöglichte es dem Emmentaler- und Sbrinzhersteller, die Produktepalette zu erweitern. Nach vier Jahren der Tüftelei war es so weit, die Regio Chäsi Willisau konnte stolz ihre Hausspezialität präsentieren. «Der Ringlichäs drückt unsere tiefe Verbundenheit mit der Region aus», sagt Thomas Schweisser. Er ist dem bekannten und beliebten Willisauer Gebäck, dem Willisauer Ringli, nachempfunden. Doch die spezielle Form ist nicht nur ein Marketing-Gag. Der Ringlichäs hat eine Rundum-Oberfläche. Dank dieser reift er anders als gewöhnliche Käselaibe. «Das Loch in der Mitte trägt zum ausserordentlich würzigen und leicht nussigen Aroma des Ringlichäses bei», sagt Thomas Schweisser. Doch damit nicht genug, die Käser lernen gerade erst, was die Ringform weiter zu bieten hat. Thomas Schweisser: «Wir sehen das Potenzial zu neuen, unvergleichlichen Geschmacksnoten.» Doch ohne Fleiss kein Preis. Der Produktionsaufwand für die Hausspezialität ist enorm. Die ungewöhnliche Form und der damit einhergehende Abfüllprozess sind äusserst aufwendig und benötigen eine Menge Handarbeit. So kosten die Variationen des Ringlichäses im Laden zwischen 20 und 22 Franken pro Kilogramm. «Dieser Käse ist jeden Rappen wert. Wer zubeisst, weiss warum.» ■

Anton Wagner und seine Frau Cécile Wagner präsentieren eine Schachtel der berühmten Zeller Forellen. Foto **Chantal Bossard**

Thomas Schweisser mit dem Ringlichäs. Das Loch in der Mitte ist mehr als nur ein Marketing-Gag: Dank der Form ist die Reifung anders. Foto **zvg**

Auch kleinen Handwerksbetrieben bietet die Digitalisierung grosse Chancen. Foto **mow**

Die Angst vor der Digitalisierung nehmen

Kleine und mittlere Unternehmen aus der Region sollen die Digitalisierung als Chance und nicht als Gefahr betrachten – das hat sich eine Interessengruppe aus Wirtschaft und Wirtschaftsförderung zum Ziel gesetzt. Sie bietet interessierten KMU ab sofort Beratung und Begleitung bei diesem Prozess an. Damit soll die Innovationskraft in der Region gestärkt werden.

von Monika Wüest

Viele KMU in der Region sind bei der Gründung ihres Unternehmens sehr innovativ. Sie haben eine gute Idee, setzen diese kreativ und mit modernen Technologien um, bauen ein Netzwerk auf und investieren in die Werbung. Sobald das Geschäftsmodell im Markt etabliert ist und das Tagesgeschäft im Fokus steht, fehlt aber häufig die Zeit, sich mit neuen Entwicklungen im Markt auseinanderzusetzen. In der Folge stagniert die Innovationskraft vieler KMU. Diesen Eindruck zumindest hat das Netzwerk Wirtschaft des Regionalen Entwicklungsträgers Sursee-Mittelland. Eine Untergruppe des Netzwerks suchte deshalb im letzten Jahr nach den Gründen. Und stellte fest: Häufig hemmt fehlende Digitalisierung die Innovationskraft. Dem will sie nun entgegenwirken. Sie hat unter anderen zusammen mit der Wirtschaftsförderung Luzern, dem kantonalen Gewerbeverband und der Industrie- und Handelsvereinigung Region Sursee-Willisau eine Initiative unter dem Namen «Befähigung der KMU-Landschaft zur Digitalisierung» ins Leben gerufen. Das Ziel: den KMU die Möglichkeiten der Digitalisierung aufzeigen und sie beim Umsetzungsprozess begleiten.

Mehr Effizienz und besseres Marketing

Die meisten KMU auf der Luzerner Landschaft haben vermutlich vor einigen Jahren eine eigene Webseite erstellen lassen und diese inzwischen etwas aufgefrischt. Für die Buchhaltung wurde eine Software angeschafft. Die Bestellungen nehmen sie aber noch immer telefonisch entgegen, die Dokumente zu laufenden Aufträgen werden in Klarsichtmappen gebündelt und später in Bundesordnern abgelegt. Kontakte zu bestehenden und potenziellen Kunden pflegen die Firmen alle zwei Jahre an einer Gewerbeausstellung oder einem Apéro. Kundengewinnung und -bindung über Social Media ist ein Fremdwort, ebenso das Verschicken von Newslettern.

Diese Arbeitsmethoden und -prozesse funktionieren, solange das Auftragsvolumen und die Umsätze einer Firma stabil bleiben. Doch auch in unserer Region spüren viele, auch kleine Unternehmen zunehmend den internationalen Preisdruck und die Konkurrenz von Grossunternehmen oder Fertiglösungen. Grössere Effizienz und eine breitere Kundenbasis werden immer wichtiger. Hier kann die Digitalisierung einiges bewirken, etwa in den Bereichen Prozesse, Marketing und Infrastruktur.

Das alles tönt im ersten Moment ziemlich abstrakt. Das wissen auch die Projektverantwortlichen. «Manchmal beginnt man ganz am Anfang: Wenn die Unternehmer nicht genau verstehen, was Digitalisierung eigentlich ist», sagt Projektleiter Manuel Lichtsteiner. «Anderen Unternehmern sagt der Begriff zwar etwas, sie wissen aber nicht, welche Chancen ihnen die Digitalisierung bietet und wie sie diese zum Vorteil ihres Betriebs umsetzen können.»

Das Projekt ist deshalb in mehrere Schritte unterteilt. «Als Erstes wollen wir die Berührungsangst vor dem Thema nehmen», sagt Manuel Lichtsteiner. In unabhängigen und individuellen Beratungen soll den Firmeninhabern aufgezeigt werden, wie sie die Digitalisierung für sich umsetzen können, und dass diese nicht zwingend mit hohen Kosten verbunden sein muss.

«Digitalisierung bedeutet nicht, dass man den ganzen Arbeitsprozess auf den Kopf stellen muss.» Es gehe darum, das Unternehmen effizienter zu machen, Prozesse zu automatisieren. «Etwas, das Unternehmen schon immer gemacht haben.» Zum Beispiel den Kontakt der Kunden via Webseite vereinfachen. «Es spart Zeit, wenn man nicht alle Anfragen telefonisch erledigen muss.» Und das könne bei Firmen, die personell am Anschlag seien, bereits helfen. Es gebe einfache Tools, die schon viel Effizienz bringen könnten, so Lichtsteiner.

Offenheit für Neues als Voraussetzung

Bei vielen Klein- und Kleinstbetrieben in der Region bleibe das Thema Innovation und spezifisch die Digitalisierung im Tagesgeschäft auf der Strecke, sind die Initianten des Projekts überzeugt. Dazu fehlten intern die Ressourcen. Zu gering seien der Leidensdruck, das Bewusstsein und das Verständnis für dieses Thema. Genau hier will die Initiative ansetzen. Sie richtet sich an alle KMU aus der Region Sursee-Mittelland, Wiggertal und Willisau. Die einzige Bedingung: «Die Verantwortlichen eines Unternehmens müssen Offenheit für Neues mitbringen, den Willen, etwas zu verändern. Sonst bringt es nichts», sagt Lichtsteiner.

Kostenlose Beratung

Wenn sich ein Firmeninhaber entscheidet, bei diesem Projekt mitzumachen, besucht ein Digitalisierungsexperte aus der Projektgruppe das Unternehmen ein, zwei Tage lang. In dieser Zeit findet er heraus, wo Potenzial vorhanden wäre – etwa beim Online-Marketing oder beim Kundenmanagement. Das bespricht er mit dem Firmeninhaber und gibt gleichzeitig einen Überblick, welche Unternehmen aus der Region ihn dabei unterstützen können. Selbstständig nimmt der Inhaber dann Kontakt mit einem Dienstleister auf, etwa einer Agentur oder einem IT-Spezialisten. «Wir geben nur die Inputs», sagt Manuel Lichtsteiner. «Ob und in welchem Tempo ein KMU diese umsetzt, ist diesem selbst überlassen.»

Da das Projekt mit 75 000 Franken NRP-Geldern unterstützt wird, ist diese Aufklärung und Beratung für die KMU kostenlos. «Die Umsetzung finanzieren die Unternehmen aber selber.» Doch mit der Beratung ist das Projekt noch nicht zu Ende. «Vorgesehen ist, dass dieses später wieder eingreift. Und bei den Unternehmen nachfragt, wie der Prozess verlaufen ist, was funktioniert, was nicht. Aus diesen Erfahrungen sollen andere KMU lernen können.»

Welche Kosten ein solcher Schritt Richtung Digitalisierung für ein KMU mit sich bringt, könne er so nicht sagen. «Das kann sehr unterschiedlich sein», sagt er. Man müsse die Digitalisierung aber als Teil der Wertschöpfungskette betrachten. «Am besten geht man es pragmatisch an und macht Schritt um Schritt vorwärts.»

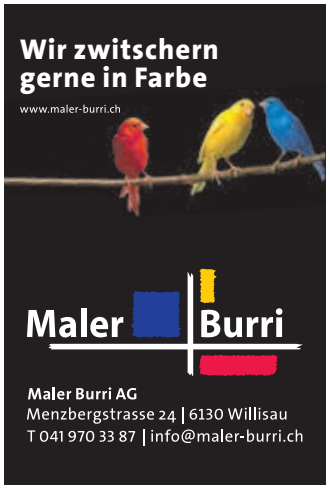
Start in diesem Monat

Das Projekt startet im März mit den ersten Informationsveranstaltungen in Kooperation mit regionalen Gewerbevereinen und involvierten Projektträgern. Über die Veranstaltungen wie auch das Projekt informiert die Webseite www.digital-zentralschweiz.ch. Dort sollen interessierte Unternehmen laut den Projektverantwortlichen bald auch eine «Werkzeugkiste» finden, welche sie im Digitalisierungsprozess als Hilfestellung hinzuziehen können. Der Abschluss der ersten erfolgreich durchgeführten Digitalisierungsprojekte ist auf Dezember 2018 geplant. ■

Weitere Infos: digital-zentralschweiz.ch

Anzeige

V-TECH VERANSTALTUNGSTECHNIK GMBH | 6216 MAUENSEE | 041 922 18 22 | V-TECH-GMBH.CH



TRIBA
VALIANT PARTNERBANK

kompetent. diskret. persönlich.

Ihr Treuhand-Team in Willisau

Treuhand Immobilien
truvag

Philipp Steinmann
MSc Business Administration
dipl. Wirtschaftsprüfer
zugelassener Revisionsexperte
Standortleiter

Daniel Büttiker
Treuhänder FA
zugelassener Revisor

Sybille Gräni
Treuhänderin FA
zugelassene Revisorin

Victor Kopp
dipl. Treuhandexperte
zugelassener Revisionsexperte
Segmentsleiter Treuhand

Die grösste Stärke unseres Unternehmens liegt in der Vernetzung von Kompetenzen. Sie erhalten dadurch umfassende Beratung aus einer Hand. Dank eingespielten Schnittstellen unter unseren Fachspezialisten profitieren Sie von effizienten und fundierten Lösungen.

Treuhand
- Steuern und Recht
- Rechnungswesen
- Unternehmensberatung

Immobilien
- Bewirtschaftung
- Vermarktung
- Beratung / Bewertung

Nutzen Sie unsere erfahrenen, leistungsfähigen Teams in Sursee, Luzern, Reiden und Willisau.

Telefon 041 818 75 75 | www.truvag.ch

Braugenuss aus der Napflandschaft
BB
BERTBIER

alectron solar

10 Jahre - 1500 Solaranlagen gebaut!
Die Solar-Referenz der Zentralschweiz

041 884 70 00
www.alectron.ch

Sanitärinstallateur-Lehrling Raphael Reinhardt lötet Kupfer unter der Aufsicht von Lehrlingsausbildner Daniel Peter. Foto **Stephan Weber**

Es gibt mehr Lehrstellen als Lernende

Hat die Berufslehre bei den Schweizer Jugendlichen an Ansehen eingebüsst? Der WB hat bei Unternehmen in der Region nachgefragt und festgestellt: Vor allem Handwerksbetriebe haben Mühe, Nachwuchskräfte zu finden.

von Stephan Weber

Der (harte) Kampf um die Lernenden: Florian Schärli kennt ihn. Der 29-Jährige aus Etiswil ist Lehrlingsausbildner beim Schötzer KMU-Betrieb Setz Fensterbau AG. Pro Jahr erhält der Fernsterhersteller fünf bis zehn Bewerbungsschreiben von Jugendlichen, die sich für die vierjährige Lehre als Schreiner, Fachrichtung Bau interessieren. Nur ein Bruchteil davon genügt den Ansprüchen. Konkret: «Wenn wir Glück haben, kommen von diesen eine oder zwei Personen für die Berufslehre infrage», sagt der Ausbildner. «Die Ausbildung zum Schreiner lässt sich für einen Sekundarschüler mit Niveau C nur sehr schwierig erlernen. Die Schüler mit Niveau A oder B zieht es eher ins Büro oder sie absolvieren ein Studium.» Auf die Frage, warum das so sei, antwortet der Projektleiter: «Das Handwerk ist heute nicht mehr so begehrt. Dabei bietet der Beruf als Schreiner extrem viel Entwicklungspotenzial.» So könnten Kadermitarbeiter aus der Handwerkerbranche auch im kaufmännischen Bereich Karriere machen. Umgekehrt sei dies viel schwieriger, ist Schärli überzeugt. «Es fehlt an den handwerklichen Grundlagen.»

Mehr Lehrstellen als im Jahr 2016

82 500 Jugendliche haben schweizweit im vergangenen Jahr eine Berufslehre in Angriff genommen. Unkenrufen zum Trotz: Das sind laut der Schweizerischen Depeschenagentur (SDA) 13 Prozent mehr als 2016. Und: Gemäss Lehrstellenbarometer, welches zwei Mal jährlich erhoben wird, standen 2017 im Vergleich zum Vorjahr 2500 Lehrstellen mehr zur Verfügung. Herrschte bis vor ein paar Jahren ein Lehrstellenmangel, gibt es heute mehr Lehrstellen als Lernende.

Zwischen 35 und 40 Mitarbeiter arbeiten für die Setz Fensterbau AG. Aktuell sind es vier Lernende, ein Schreinerpraktiker und ein Jugendlicher von der Stiftung Brändi, der eine zweijährige praktische Ausbildung absolviert. Das Ziel der Unternehmung ist es, jedes Lehrjahr mit einem Lernenden zu besetzen. «Es gab schon Jahre, in denen wir Lehrstellen nicht besetzen konnten», sagt Schärli. Das sei aber die Ausnahme. Die Firma investiere einiges, um Lehrlingen das Handwerk eines Schreiners schmackhaft zu machen. So pflegt das KMU den Kontakt zu Eltern mit Schulabgängern oder zu Lehrpersonen. «Mund-zu-Mund-Propaganda», sagt Schärli. Zudem lädt der Fensterhersteller interessierte Nachwuchsleute zu einem Schnuppertag ein. Nicht nur zum Zuschauen. «Die Jugendlichen können beispielsweise an der Handsäge mitarbeiten. Bei uns dürfen Holzspäne fliegen», sagt der Lehrlingsverantwortliche.

Wann werden die Lernenden rekrutiert? Früher habe man die Lehrstellen jeweils in oder nach den Herbstferien vergeben, so Schärli. Getreu der kantonalen Aktion «Fairplay 1.11», an der sich der Kanton verpflichtete. Dieses Gentlemen's Agreement sah vor, die Lehrstellen nicht vor dem 1. No-

#SUZUKI#KOMPAKT#COOL#4x4

SUZUKI 0.9% NTT-LEASING

NEW SUZUKI SWIFT
BEREITS FÜR Fr. 15 990.– ODER AB Fr. 108.–/MONAT

NEW SUZUKI IGNIS
BEREITS FÜR Fr. 14 990.– ODER AB Fr. 95.–/MONAT

New Suzuki Swift Compact Top Hybrid 4x4

New Suzuki Ignis Compact Top Hybrid 4x4

Leasingkonditionen: 24 Monate Laufzeit, 10 000 km pro Jahr, effektiver Jahreszins 0.9 %. Vollkaskoversicherung obligatorisch, Sonderzahlung: 30 % vom Nettoverkaufspreis. Der Leasingzinssatz ist an die Laufzeit gebunden. Ihr offizieller Suzuki Fachhändler unterbreitet Ihnen gerne ein individuell auf Sie zugeschnittenes Leasingangebot für den Suzuki Ihrer Wahl. Leasingpartner ist die MultiLease AG. Sämtliche Preisangaben verstehen sich als unverbindliche Preisempfehlung inkl. MwSt.

müller TALBACH GARAGE
Luzernstrasse 33, 6144 Zell
041 988 18 17, talbach-garage.ch

Die kompakte Nr.1
SUZUKI Way of Life!
www.suzuki.ch

Sämtliche Preisangaben verstehen sich als unverbindliche Preisempfehlung inkl. MwSt. New Suzuki Swift Unico, 5-Gang manuell, 5-türig, Fr. 15 990.–, Treibstoff-Normverbrauch: 4.3 l/100 km, Energieeffizienz-Kategorie: D, CO_2-Emissionen: 98 g/km; CO_2-Emissionen aus Treibstoff- und/oder Strombereitstellung: 22 g/km; **Hauptbild:** New Suzuki Swift Compact Top Hybrid 4x4, 5-Gang manuell, 5-türig, Fr. 22 690.–, Zubehör: Frontgrill-Kit, Treibstoff-Normverbrauch: 4.5 l/100 km, Energieeffizienz-Kategorie: D, CO_2-Emissionen: 101 g/km; CO_2-Emissionen aus Treibstoff- und/oder Strombereitstellung: 23 g/km; New Suzuki Ignis Unico, 5-Gang manuell, 5-türig, Fr. 14 990.–, Treibstoff-Normverbrauch: 4.6 l/100 km, Energieeffizienz-Kategorie: F, CO_2-Emissionen: 104 g/km; CO_2-Emissionen aus Treibstoff- und/oder Strombereitstellung: 23 g/km; **Hauptbild:** New Suzuki Ignis Compact Top Hybrid 4x4, 5-Gang manuell, 5-türig, Fr. 21 990.–, Zubehör: Exterior Kit, Treibstoff-Normverbrauch: 4.7 l/100 km, Energieeffizienz-Kategorie: E, CO_2-Emissionen: 106 g/km; CO_2-Emissionen aus Treibstoff- und/oder Strombereitstellung: 24 g/km; Durchschnittswert CO_2-Emissionen aller in der Schweiz neu immatrikulierten Fahrzeugmodelle: 133 g/km.

Bell

BELEVO
einleuchtend verbunden
www.belevo.ch

NapfMilch
Neue Napfmilch AG
Opfersei 2
6133 Hergiswil am Napf
Telefon 041 979 17 40
Telefax 041 979 17 44
www.napfmilch.ch

SCHWEGLER
GEBÄUDETECHNIK

365 TAGE
Reparaturservice für Heizung, Lüftung, Sanitär.
BERATUNG | PLANUNG | AUSFÜHRUNG | UNTERHALT
6218 Ettiswil www.sgte.ch info@sgte.ch Tel 041 984 00 20

RENOTREND
Fenster - Küchen - Türen - Treppen
NEUE FENSTER

Neubau
Umbau
Austausch
Service

Renotrend GmbH, Mööslimatten 7, 6218 Ettiswil - Tel. 041 980 51 39 / Fax 041 980 51 07
www.renotrend.ch

SETZ FENSTERBAU
fenlife Fenster fürs Leben.
www.setzfensterbau.ch

ideebar.ch
Heizungssanierung?

Gratis Heizungs-check

Mit Beratung zur Lösung
troxler-heizung.ch

Troxler
Haustechnik AG
Willisau | 041 970 11 80

vember abzuschliessen. Heute sei das vielfach anders. Ist ein guter Jugendlicher auf dem Markt, müsse dieser «möglichst früh» engagiert werden. «Sonst ist er weg und der Mitbewerber freut sich.»

Nach den Sommerferien rekrutiert

Ähnliche Worte braucht auch Daniel Peter, Lehrlingsausbildner bei der Troxler Haustechnik AG. Im Willisauer KMU-Betrieb arbeiten neben zehn Mitarbeitern drei Lernende: ein Sanitärinstallateur und zwei Heizungsinstallateure. «Zwar dürfen wir Lehrverträge erst per 1. November abschliessen. Rekrutiert wird allerdings schon nach der Sommerpause. Sonst unterschreibt der Jugendliche anderorts.» Zeigt ein Schüler Interesse an einer Lehre im Familienbetrieb, wird er zu einer Schnupperwoche eingeladen. Dabei hat er einen theoretischen Test zu absolvieren – geprüft wird sein Wissen schwergewichtig in der Geometrie, im Textverständnis oder beim technischen Zeichnen. Des Weiteren werden beim Jugendlichen auch die praktischen Fähigkeiten geprüft. Und: Er darf mit den Monteuren auf die Baustellen. Nach der Schnupperwoche werden die Resultate ausgewertet. Dann wird entschieden, welcher Lernende eine Lehre absolvieren kann.

Durch eine sorgfältige Auswahl der Lernenden soll ein Lehrabbruch verhindert werden. Das klappe nicht immer, komme aber selten vor, sagt Peter von der Troxler Haustechnik AG. «Seit fünf Jahren betreue ich die Lernenden. Dabei haben zwei Schüler die Lehre abgebrochen». Von «Einzelfällen» spricht auch Florian Schärli. Jedenfalls hätten Lehrabbrüche im Vergleich zu früher nicht zugenommen. Er sagt: «Manchmal ist ein Abbruch für alle Beteiligten sinnvoller.»

Niveau der Lernenden gesunken

Gleiche Branche, ähnliches Bild: Daniel Peter vom Sanitärbetrieb Troxler Haustechnik AG beobachtet wie auch sein Kollege Florian Schärli ein sinkendes Interesse an Handwerkerberufen bei den Jugendlichen. Er gibt ein Beispiel: «Wir erhalten pro Jahr rund fünf Bewerbungen. Vor ein paar Jahren war die Nachfrage grösser.» Zudem sei das Niveau der Lernenden gesunken. «Von den fünf Bewerbungen genügen eine oder zwei Personen, beim Rest sind die schulischen Leistungen zu schwach.» Wenn sich in gewissen Branchen kaum Nachwuchs finden lässt: Sind allenfalls die Anforderungen an die Lernenden zu hoch? Der gebürtige Wolhuser Daniel Peter schüttelt den Kopf und sagt: «Die Anforderungen an die Lernenden haben sich in unserem Beruf in den letzten Jahren kaum verändert. Vielmehr hat eine Lehre als Sanitärinstallateur trotz Anstrengung des Berufsverbandes an Ansehen eingebüsst.»

KV-Lehre am beliebtesten

Sybille Gräni arbeitet beim Treuhand- und Immobilienunternehmen Truvag als Mandatsleiterin für KMU und Privatpersonen. Zudem ist sie am Standort Willisau seit fünf Jahren für die zwei Lernenden zuständig. Innerhalb der Truvag Treuhand AG – die Firma ist neben Willisau noch in Luzern, Sursee und Reiden tätig – werden permanent sieben bis acht Ausbildungsplätze angeboten. «Dies bewegt sich seit Jahren in diesem Rahmen», sagt Gräni. Anders als in der Handwerkerbranche konnte die Treuhandfirma bis anhin ihre Lehrstellen wunschgemäss besetzen. «Obwohl wir gegenüber verwandten Branchen, die eine KV-Lehre anbieten, eher im Nachteil sind. Lernende interessieren sich eher für das Gemeinde-, Bank- oder Versicherungswesen», sagt Gräni. Aus welchem Grund? «Sie wissen meistens nicht genau, was die Treuhand- und Immobilienbranche bietet.»

Öffentlichkeitsarbeit betreiben

Die Truvag Treuhand AG investiere einiges, um gute Schulabgänger zu finden, sagt Gräni. So wirke der KMU-Betrieb seit einigen Jahren an der Zentralschweizer Bildungsmesse (Zebi) beim Organisieren am Stand mit. Zudem macht die Unternehmung beim Berufswahltag des Gewerbevereins Wauwil-Egolzwil mit. «Mit Lehrstelleninseraten in den regionalen Medien treten wir mit potenziellen Lernenden in Kontakt.» Dass dabei die Qualität der Jugendlichen im Vergleich zu früheren Jahren abgenommen habe, glaubt die Lehrlingsverantwortliche nicht. «Wir erhalten genügend Bewerbungen, um passende Kandidatinnen und Kandidaten auszuwählen und sie für einen Schnuppertag einzuladen.» Rekrutiert werden die Lernenden für das Folgejahr bis zum Ende der Sommerferien. So könnten laut der Treuhänderin mit eidgenössischem Fachausweis noch in den Sommerferien Bewerbungsgespräche durchgeführt werden.

Das Alter der Schulabgänger

Die KV-Ausbildung erachtet Sybille Gräni im Vergleich zu früher als «vielseitiger» und «attraktiver». Mit Skepsis verfolgt sie die Tatsache, dass die Jugendlichen heute jünger sind als früher, wenn sie die Schule abgeschlossen haben. Das sei für die Schulabgänger gewiss kein Vorteil, vielmehr eine Herausforderung. Die Lehrlingsausbildnerin sagt: «Für mich war es damals schon schwierig zu entscheiden, was ich die nächsten Jahre machen möchte. Wie viel schwieriger muss es für die Jugendlichen heute sein?» ■

So sieht es kantonal aus

Im Kanton Luzern sind letztes Jahr gemäss kantonaler Dienststelle Berufs- und Weiterbildung 4881 neue Lehrverträge abgeschlossen worden. Das ist gegenüber 2016 eine Zunahme von 1.3 Prozent. 4261 Jugendliche begannen letzten Sommer eine ordentliche Lehre, die mit einem Fähigkeitszeugnis abgeschlossen wird. Die beliebteste Lehre bei den Männern ist der Kaufmann, gefolgt vom Elektroinstallateur und vom Logistiker. Bei den jungen Frauen führend: die Ausbildung zur Fachfrau Gesundheit, vor der Kauffrau und der Detailhandelsfachfrau. **swe**

Lehrlingsausbildner Florian Schärli gibt dem Lernenden Kay Beck Instruktionen an der Langlochbohrmaschine. Foto **Stephan Weber**

Marcel Sommer und seine Geschwister bringen ihre Hasen auf die Weide. Foto **zvg**

Wo Bankchefs den ersten Batzen verdienten

Alle haben einmal klein angefangen. So auch die Experten in Sachen Geld und Finanzen. Der WB hat bei vier Bankchefs aus der Region nachgefragt, wo sie ihr erstes Geld verdient haben. Die Geschichte von einem jungen Hasenzüchter, einem Metzgergehilfen, einem Brotverkäufer und einem Hilfsarbeiter.

von Linus Bürgi

Sein erstes Geld verdiente der Leiter der Zeller Valiant-Geschäftsstelle, **Marcel Sommer (32) aus Huttwil,** mit sieben Jahren. Auf dem Bauernhof seiner Eltern war er für die Langohren zuständig. Die drei, vier Mastkaninchen hielten ihn auf Trab. Kleinvieh macht Mist und hat Hunger. Frisches Wasser, Heu, altes Brot und hie und da ein Rüebli aus Mutters Garten. Schön dick sollten sie werden. Sobald die Kaninchen fünf, sechs Kilo wogen, brachte er sie zum Metzger. «Dem Zahltag habe ich jeweils mit gemischten Gefühlen entgegengeblickt», sagt Marcel Sommer. Zwar habe er den Lohn für monatelange Arbeit bekommen, gleichzeitig seien Tiere gestorben, mit denen er viel Zeit verbracht hatte. «Umso sorgfältiger ging ich mit dem Geld um.» Eine Glace oder etwas Süsses lag ab und zu drin. Alles andere ging auf das Sparkonto oder wurde gleich in neues Futter für die nächste Generation reinvestiert. Sein Geschäftsmodell gründete darauf, den rammligen Bock und die Zippe zum richtigen Zeitpunkt miteinander bekannt zu machen. Sein grösstes Risiko war der Fuchs, der die Hasen im Freilauf zum Fressen gern hatte. Investieren, produzieren, verkaufen. «Bei der Kaninchenzucht habe ich mein Interesse für das Finanzwesen entdeckt», sagt Marcel Sommer und lacht. Gleichzeitig habe er realisiert, wie viel Arbeit hinter jedem eingenommenen Franken steckt.

Aushilfe beim Metzger

Keine Tiere aufgezogen, sondern beim Schlachten geholfen hat **Werner Frey (48) aus Schötz.** Der heutige Regionaldirektor der Luzerner Kantonalbank Willisau hat während den Schulferien bei diversen Unternehmen im Dorf Aushilfsjobs erledigt. Besonders geprägt hat ihn seine Arbeit

bei der einstigen Metzgerei Furrer. Werner Frey hat portioniert, vakuumiert, ausgebeint, geräuchert und gewurstet. Um halb sechs Uhr morgens gings los, band er sich die weisse Schürze um und stieg in die Gummistiefel. «Es waren strenge Tage», erklärt Werner Frey. «Wir standen den ganzen Tag auf den Beinen und mussten teils schwere Fleischstücke herumtragen.» Gefallen hat es ihm trotzdem. Insbesondere das Wursten. «Es hat etwas Rhythmisches, Andächtiges an sich.» Cervelats en masse hat Frey produziert. «Am Abend sah man, was man geleistet hatte, das war ein tolles Gefühl.» Zudem habe er einen Einblick in einen klassischen handwerklichen Beruf erhalten. «Wir müssen das Handwerk wieder vermehrt schätzen, ansonsten gehen viel Know-how und regionale Wertschöpfung verloren», erklärt er.

Mit der Arbeit bei der Metzgerei sei er damals nicht reich geworden. Pro Tag habe er rund 20 Franken verdient. «Ich war nie der Typ, der gross ‹go chrömle› ist». Stattdessen habe er sein Geld auf die Bank gebracht. «Geld auf der hohen Kante zu haben, lohnt sich», sagt Werner Frey und lacht. So konnte er sich als einer der Ersten in seinem Freundeskreis eine eigene Stereoanlage leisten.

Erste Verkaufserfahrung

Einen Schritt weiter in der Produktionskette arbeitete **Stefan Rogger (27) aus Nebikon**, Geschäftsstellenleiter der Triba Nebikon. Verkauft hat er nicht Fleisch, sondern Brote aus dem mobilen Holzofen von Daniel Amrein, besser bekannt als Eigenbrötler. An dessen Stand am Weihnachtsmarkt in der Justizvollzugsanstalt Wauwilermoos bediente er die Kasse. «Der Kontakt mit den Kunden gefiel mir», sagt Stefan Rogger. Bei der Arbeit hat er einen grundlegenden Einblick in die Funktion des Kassawesens erhalten. So musste er am Ende des Tages jeweils das Umsatzjournal ausdrucken und überprüfen. Er hat gemerkt: «Im kaufmännischen Bereich zu arbeiten, das wäre was.» Und obwohl er nach einem «langen und strengen» Markttag jeweils todmüde ins Bett fiel, denkt er noch bis heute positiv an seine ersten Schritte in der Arbeitswelt zurück. Von seinen Eltern hat er für die Arbeit noch einen kleinen Bonus erhalten. Rund 30 Franken am Tag. Für den damals Neunjährigen ein rechter Batzen. Gekauft hat er sich PC-Games. Fifa war sein absolutes Lieblingsspiel. Noch heute fasziniert ihn das Spiel auf dem grünen Rasen – auf dem Bildschirm, versteht sich. Seine Passion gilt der Blasmusik. «Vielleicht auch ein wenig, weil ich an der Kilbi hinter dem Lebkuchenstand stehen darf. Da werden alte Erinnerungen wach», sagt er und lacht.

Teile für den Maschinenbau

Löcher bohren: Dies war die Aufgabe von **Hans Arnet (51) aus Gettnau.** Der heutige Vorsitzende der Bankleitung der Raiffeisenbank Luzerner Landschaft fand seinen ersten Job bei der ehemaligen Maschinenbaufirma Rölli in Gettnau. Während des Sommers waren viele Arbeiter in den Ferien, die Maschinen unterbesetzt. So hatten Hans Arnet und einige andere Buben aus der Umgebung die Möglichkeit, ein kleines Sackgeld zu verdienen. Zu Hause die hohle Hand zu machen, ging in dieser Zeit nur bei den wenigsten. Wer etwas wollte, musste etwas dafür machen – auch wenn man als Jugendlicher keinen Traumjob erwarten durfte. «Die Arbeit war eintönig», sagt Hans Arnet. «Was wir gemacht haben, wird heute von Maschinen erledigt.» Schon nach wenigen Tagen in der Werkstatt wusste er: «Das ist nichts für mich.» Doch er zeigte Biss und biss im nächsten Jahr wieder an. «Die Zeit in der Werkstatt hat mich Durchhaltevermögen, Disziplin und Willensstärke gelehrt», sagt Hans Arnet. Das helfe ihm heute im Alltag. Zudem wisse er nun, was es bedeutet, eintönige Arbeit zu erledigen. «Ich ziehe meinen Hut vor all jenen, die das längerfristig machen.» Bleibt die Frage, was er mit seinem damaligen Lohn gemacht hat? «Der grösste Teil wanderte aufs Sparkonto.» Dies kam Hans Arnet zugute, als er nach dem Abschluss der Sekundarschule ein Jahr im Welschen verbrachte. ■

Anzeige

Ihr Partner in Kranken- und Unfall-Versicherungsfragen

kompetent, kundenfreundlich und loyal – Typisch Hinterländer

Krankenkasse Luzerner Hinterland
Luzernstrasse 19 | 6144 Zell LU | Telefon 041 989 70 00
info@kklh.ch | www.kklh.ch

KOLLER
Haustechnik AG · Nebikon/Schötz
Ihr Spezialist
Koller Haustechnik AG
Sanitär • Heizung • Lüftung • Solaranlagen

40 JAHRE
Lustenberger AG
Metallbau
Landmaschinen
Schärferei
Alois Lustenberger
6145 Fischbach
Telefon G. 041 988 19 91
Telefax 041 988 19 65
info@lustenbergermetallbau.ch

Tradition verbunde mit Innovation.
RE/MAX Sursee
Unterstadt 3
Tel. 041 925 88 88

Immobilienvermittlung
www.remax.ch
RE/MAX

Kurt Steiner AG
ServicePoint
Nebikon
«EINFACH ZUFRIEDEN. DAS WÄRS.»
KURT STEINER AG,
SERVICEPOINT NEBIKON.

HAUSTECH
Das Magazin für **vernetztes Bauen**
- Ältestes integrales Fachmagazin für Energie- und Gebäudetechnik in der Schweiz
- Alle relevanten Themen der Branche in attraktiver und leserfreundlicher Form
- 20-seitiges Themendossier in jeder Ausgabe

haustech-magazin.ch

Entdecken Sie spannende Beiträge rund um die Gebäudetechnik
Menschen, Berufe Aus-/Weiterbildung

Innovation, Forschung, Projekte
Digitalisierung: BIM, Smart Home

Bauherr Markus Wicki (Mitte) mit Adrian Kronenberg, Andreas Willimann und Adrian Schärli (von links) auf der Baustelle des Restaurants Hirschen in Oberkirch. Foto **Irene Zemp-Bisang**

Komfort mit Köpfchen

Von A wie Abwasser bis Z wie Zentralheizung: Die Gebäudetechnik ist das Nervensystem jedes Gebäudes. Die Technik hat sich in den vergangenen Jahrzehnten stark entwickelt. Sie wurde intelligenter, vernetzter und bedienerfreundlicher. Eine der Firmen, die damit arbeitet, ist die Gut AG.

von Irene Zemp-Bisang

Die Gebäudetechnik führt ein Schattendasein. Solange sie funktioniert, macht sich kaum einer Gedanke darüber. Doch steigt die Heizung aus, bricht die Wasserleitung oder streikt die Toilettenspühlung ist das Problem akut. Ein Fachmann muss her. Sofort. «Solche Situationen sind für uns Alltag», sagt Christoph Schärli, Geschäftsleiter und Teilhaber der Gut AG Gebäudetechnik in Willisau. «Die Kunden erwarten einen 365-Tage-Service.» Diesen bietet sein Unternehmen. Rund um die Uhr sind Fachkräfte erreichbar. Sie rücken aus, wenns irgendwo klemmt. Viele Leute seien heute nicht mehr gewillt, selber Hand anzulegen, sagt Christoph Schärli. «Sie greifen schneller zum Telefon als noch vor zwanzig Jahren.» Dazu kommt: Die Systeme sind komplexer geworden. «Dadurch ist es für Laien schwieriger, Komplikationen selber zu beheben.» Die Gebäudetechnik hat sich rasant entwickelt. Energieeffizienz wird heute grossgeschrieben. «Die Kunden wollen Wasser und Strom sparen. Erneuerbare Energien sind ein Muss.» Bei Heizungsanlagen gibt das Energiegesetz den minimalen Standard vor. Ölheizungen sind heute in Neubauten nicht mehr erlaubt. Die meisten Bauherren entscheiden sich für Luft-Wasser-Wärmepumpen und Erdsonden-Wärmepumpen. «Bei der Auswahl des Systems spielen neben den Anschaffungskosten auch die Ausgaben für den Betrieb und den Unterhalt eine Rolle», sagt Christoph Schärli. «Wer im Moment etwas tiefer in die Tasche greift, spart oft in Zukunft.»

Mehr Komfort – weniger Energie

Die heutigen Heizsysteme sind intelligent. Der Besitzer kann über eine App auf dem Smartphone die Funktionen steuern und so beispielsweise die Ferienwohnung vor seiner Anreise heizen lassen. Diese Möglichkeiten seien in näherer Zukunft zunehmend gefragt, sagt Christoph Schärli. «Die Lieferanten buhlen auf dem Markt mit neuen Produkten.» Im Standardbereich beschränke sich die Steuerung über das Smartphone momentan noch auf die Heizung. Anders im Luxussegment. Für Kunden mit gehobenen Wünschen bietet die Firma Gut bereits heute in Zusammenarbeit mit Elektroingenieuren Gebäudeleitsysteme an. Damit lässt sich die gesamte Gebäudetechnik von der Musikanlage über die Heizung bis hin zu den Storen und der Sprinkleranlage im Garten über ein Tablet oder ein Smartphone steuern. Sagt beispielsweise eine integrierte Wetterstation heisses Wetter voraus, aktiviert sich die Bewässerungsanlage. Ein Regensensor erkennt Wetterumschläge und schliesst die Dachfenster automatisch. Weiter können die Hausbesitzer das System so programmieren, dass bei ihrer Heimkehr das Licht im Eingangsbereich brennt und aus den Boxen ihre Lieblingsmusik ertönt. In der Regel seien es vor allem Kunden die oft unterwegs sind, die sich für ein solches Produkt interessieren, sagt Christoph

valiant

Grosse Erfahrung
30 Jahre Solarerfahrung
Thermische Solaranlagen
Photovoltaik
Pellets- und Holzheizungen
Wolhusen / Menznau
041 490 02 02
www.jostrenggliag.ch
jost renggli

haas ag
Kloster-Metzgerei · St. Urban
Haas AG, Murhofstrasse 2, 4915 St. Urban
Tel. 062 929 11 30, Fax 062 929 39 62
Filialen: 4932 Lotzwil Tel. 062 929 20 40
4665 Oftringen Tel. 062 797 97 17
Wochenmarkt Solothurn jeden Samstag
www.kloster-metzgerei.ch
info@kloster-metzgerei.ch
Unsere **Stärke**, täglich frische **Fleisch- und Wurstwaren** aus eigener Schlachtung und Produktion.

EINFACH ZUFRIEDEN –
NICHT NUR EINE PHILOSOPHIE
LURO Küchen AG
Altishoferstrasse 24
6252 Dagmersellen
Telefon 062 748 42 42
info@luro-kuechen.ch
www.luro-kuechen.ch

fribat
ELEKTRO-MOTOREN
ELEKTRO-WERKZEUGE
Mech. Werkstatt, Wicklerei, Handwerkercenter
CH-6247 Schötz · 041 980 29 60 · www.fribat.ch

KISTAG
Innovatives aus Holz
VERPACKUNGSSYSTEME
INNENAUSBAU
Kistag Dekopack AG
Telefon 041 485 70 00
Industriestrasse 10
Fax 041 485 70 01
6170 Schüpfheim
www.kistag.ch

Schärli. «Sie wünschen sich mehr Komfort für weniger Energie.» Diese Rechnung gehe auf. Mit dem Gebäudeleitsystem lassen sich die Storen im Winter beispielsweise automatisch öffnen, wenn die Sonne aufgeht. «Dadurch sinkt der Energieverlust.»

Das Badezimmer als Statussymbol

Noch sind solche komplexe Lösungen in der Gebäudetechnik teuer. Doch auch für das schmälere Budget gibt es energieeffiziente Lösungen. «Energie sparen beginnt im Kleinen.» Günstig und wirkungsvoll seien etwa die Neoperl-Einsätze für Wasserhähne und Duschen, die den Wasserverbrauch bis 50 Prozent senken, sagt Christoph Schärli. Die Technik verbessere sich stetig. «Die Produkte werden effizienter und bedienerfreundlicher. »

Gerade im Sanitärbereich investiere die Kundschaft heute mehr Geld in neue Designs und Techniken. Früher habe die Badezimmereinrichtung eine ganze Generation überdauert. Nun werde die Sanitäranlage oft nach 15 bis 20 Jahren erneuert. Das zweckmässige Bad entwickelt sich zur Wellnessoase. «Das Badezimmer mutiert zum Statussymbol.» Zudem wollen viele Hausbesitzer mit Sanierungen den Wert ihrer Immobilie erhalten oder steigern.

Weniger Neubauten

Umbauten machen in der Firma Gut bereits heute einen beträchtlichen Teil der Aufträge aus. «Wir gehen davon aus, dass dieser Bereich weiter zunimmt.» Die Landreserven werden knapp, der Bauboom flacht ab. Das Unternehmen werde sich in Zukunft noch vermehrt auf dieses Arbeitsfeld fokussieren, sagt Christoph Schärli. Bei Sanierungen sind andere Kompetenzen gefragt als bei Neubauten. Die Beratung sei noch wichtiger. «Wir klären die Rahmenbedingungen sorgfältig ab und suchen nach individuellen Lösungen.» Solche sind auch beim aktuellen Auftrag in Oberkirch gefragt. Die Gut AG hat den Zuschlag für die Gebäudetechnik im Hotel und Restaurant Hirschen bekommen. Bauherr Markus Wicki realisiert angrenzend an sein Traditionshaus ein Komplex mit 45 Zimmern und vergrössert so seinen Betrieb. Dazu kommt die Sanierung des bestehenden Gebäudes. Grösster Posten im Budget ist die Gebäudetechnik. Er habe eine vernünftige Lösung gesucht, die ökologisch und ökonomisch Sinn mache, sagt Markus Wicki. Er ersetzt nun den 35-jährigen Ölheizkessel durch eine Erdsonden-Heizung, die heizt und kühlt. «Das Klima ist entscheidend für das Wohlbefinden unserer Gäste.» Hier wolle er nicht sparen. Zudem sei diese Lösung energieeffizient. «Gerade die Stromkosten können bei einem solch grossen Betrieb sehr hoch ausfallen.» Hier gebe er nun mit der neuen Technik Gegensteuer.

Die Gut AG übernahm die Planung des Projekts und führt dieses aus. Er habe in einem Wettbewerb eine Firma gesucht, die alles aus einer Hand anbiete, sagt Markus Wicki. Die Gut AG ist dafür gerüstet. Sie hat in den vergangenen Jahren mehrere kleine Unternehmen übernommen und so unter anderem Fachleute für Lüftungen ins Team geholt. Die Firma mit aktuell 110 Mitarbeitenden ist wie viele andere Betriebe in dieser Branche gewachsen. Mit dem abflachenden Bauboom steigt nun der Konkurrenzdruck. Christoph Schärli: «Ich bin überzeugt, dass die Gut AG für die Zukunft gerüstet ist und wir auf dem Markt nicht im Schatten unserer Mitbewerber stehen.» ■

Die heutigen Standarts in der Gebäudetechnik

Standardlösung für ein Einfamilienhaus im Neubau

> Ein Heizsystem mit Alternativenergie wie zum Beispiel einer Luftwärmepumpe oder einer Erdsondenwärmepumpe.
> Individuelle Temperaturregulierung im Wohnzimmer.
> Badezimmer mit Dusche und WC.

Mittlerer Standard

> Ein Heizsystem mit Alternativenergie wie zum Beispiel einer Luftwärmepumpe oder einer Erdsondenwärmepumpe.
> Eine Fussbodenheizung, die nicht nur heizt, sondern auch kühlen kann.
> Kontrollierte Wohnraumlüftung.
> Individuelle Temperaturregulierung in allen beheizten Zimmern.
> Badezimmer mit gehobener Auswahl an Sanitärapparaten mit beispielsweise Eckbadewanne und Dusch-WC.
> Eine Waschküche mit Secomat und bei Bedarf eine Enthärtungsanlage.

Gehobener Standard

> Ein Heizsystem mit Alternativenergie wie zum Beispiel einer Luftwärmepumpe oder einer Erdsondenwärmepumpe.
> Eine Fussbodenheizung, die nicht nur heizt, sondern auch kühlen kann.
> Kontrollierte Wohnraumlüftung.
> Individuelle Temperaturregulierung in allen beheizten Zimmern.
> Ein Gebäudeleitsystem für die Heizung, die Lüftung, das Licht und die Store.
> Eine gehobene Auswahl an Sanitärapparaten mit Whirlwanne, Dampfdusche und Aussenpool.
> Eine Waschküche mit Secomat und bei Bedarf eine Enthärtungsanlage.

Quelle: Gut AG Gebäudetechnik

Christoph Schärli, Geschäftsleiter der Gut AG Gebäudetechnik am Standort Willisau, bespricht mit Mitarbeiter Adrian Schärli ein Projekt. Foto **Irene Zemp-Bisang**

Der letzte Arbeitsschritt: Guido Felder klebt die Etikette des Wiggerli Bieres auf die Flasche. Foto **Pascal Vogel**

Kleinbrauereien richten im grossen Stil an

Hopfen, Malz, Hefe, Wasser und Zeit: So bekannt die Zutaten für ein Bier auch sind, so geheim ist deren Rezeptur. Für die Biervielfalt in der WB-Region zeichnen sich fünf Brauereien mitverantwortlich. Zu ihrem Vorteil richten sie mit der kleinen Kelle an – im grossen Stil.

von Pascal Vogel

Nach getaner Arbeit, am Wochenende im Ausgang oder beim Fussballmatch: Bier gehört zur Schweizer Kultur wie Raclette, Rösti und Schokolade. Die Bierlandschaft ist vielfältig. Umso erstaunlicher, dass der Konsum seit einigen Jahren rückläufig ist. 2016 tranken Herr und Frau Schweizer durchschnittlich 54.5 Liter Bier. Das ist fast ein Viertel weniger als 1990. Damals herrschte noch ein Bierkartell: Unter der Führung des Schweizerischen Bierbrauervereins regelte die Konvention unter anderem die Gebietszuteilung, die Normierung der Produkte, die Gross- und Einzelhandelspreise, die Kollektivwerbung und die Einschränkung der Einzelwerbung. Heute herrscht freier Wettbewerb, den die «Grossen» dominieren: Die 20 grössten Brauereien des Landes stellen 95 (!) Prozent des inländischen Bieres her.

Eine dieser Grossbrauereien ist Eichhof. Das Luzerner Traditionsunternehmen ist der grösste Bierproduzent im Kanton. Am Fusse des Pilatus werden 13 verschiedene Biersorten gebraut. Immer wieder kommen neue Kreationen in die Regale. Letztes Jahr setzte Eichhof auf «Retro», heuer ist «Trüeb» angesagt. «Wir sind bemüht, neue Sorten auf den Markt zu bringen und die Vielfalt der Schweizer Bierlandschaft zu erweitern», sagt Martin Wyss, Kommunikationsfachmann von Eichhof. Dass am Fusse des Pilatus immer noch gebraut wird, ist nicht selbstverständlich. 2008 kaufte der holländische Bierriese Heineken die Eichhof Getränke AG für 278,5 Millionen Franken. «Wir haben nun einen grossen Konzern im Rücken, ansonsten hat sich nichts geändert», so Wyss. «Wir hatten und haben das Glück, dass Heineken sieht, wie wichtig die lokale Verwurzelung ist. Eichhof gehört zu Luzern wie die Kapellbrücke und die Museggmauer.»

Zeitaufwendiges Hobby

Nebst den grossen Bierbrauereien gibt es in der Schweiz eine Vielzahl von Kleinbrauereien. Allein in den letzten zehn Jahren hat sich die Zahl an steuerpflichtigen Bierbrauereien fast vervierfacht. «Wir verzeichnen weiterhin eine ungebremste Zunahme», sagt David Marquis von der Eidgenössischen Zollverwaltung. «Dabei handelt es sich grossmehrheitlich um private Hausbrauereien oder kleine regionale Brauereien.» Deren fünf sind in der WB-Region beheimatet (siehe auch Seite 23). Eine von ihnen ist die Brauerei Wiggerli in Dagmersellen. 2006 von seinem Bruder Martin ins Leben gerufen, hat mittlerweile Guido Felder die Produktion übernommen. Rund 2500 Liter Bier produzierte er im letzten Jahr. Seine Braustation: ein 25 Quadratmeter kleiner Kellerraum.

Unter der Garage an der Buchwaldstrasse befindet sich das Herz des Wiggerli Bieres. Braukessel, Messbecher, Zapfhahn und Getreideschaufel – alles ist blitzblank geputzt. «Hygiene und Sauberkeit sind das A und O beim Bierbrauen», sagt Guido Felder. 15- bis 20-mal pro Jahr braut er Bier. «Das hier», sagt er und tippt auf den Gärtank, «wird ein Sommerbier.» Leicht und fruchtig, dieses Aroma sei in der warmen Jahreszeit gefragt. Rund 14 Tage dauert die Gärung, dann gehts ans Abfüllen, bevor die Etikette draufkommt. 180 Liter

Bier kann Guido Felder in einem Braugang herstellen. «Wandert die fertige Flasche in die Harasse, liegen rund 24 Stunden Arbeit hinter mir.» Ein zeitintensives Hobby, bei dem er auf die Hilfe seiner Frau Irene angewiesen ist. Er habe zwar flexible Arbeitszeiten, bei seinem Vollzeitjob könne er aber nicht immer alles unter einen Hut kriegen.

Sein Wissen hat sich der Dagmerseller mit «zwei, drei Büchern und einem Kurs» angeeignet. «Beim Bierbrauen sind dir keine Grenzen gesetzt. Du kannst immer wieder neue Dinge ausprobieren.» Hell, Dunkel, Brown Ale, Hausbier und Honigbier: fünf verschiedene Sorten gibt es vom Wiggerli Bier, hinzu kommen die saisonalen Biere. Seine Kreationen verkauft er direkt ab Keller für Fr. 2.50 pro Flasche. Das Wiggerli ist auch im Bierladen in Zofingen, «bim Buume» in Wikon oder im Altersheim Dagmersellen erhältlich. Reich werde er mit dem Bierbrauen nicht, sagt Guido Felder: «Verrechne ich nur die Zutaten, springt sicherlich etwas heraus. Breche ich den Betrag aber auf die Arbeitsstunden herab, bleibt nicht viel übrig.» Dennoch: Sein Hobby möchte Guido Felder nicht mehr hergeben. Es sei ein Ausgleich zum Bürojob als Maschinentechniker.

Die Freude des «Grossen»

Wie bereits erwähnt, ist die Anzahl an steuerpflichtigen Bierbrauereien in der Schweiz in den letzten Jahren förmlich explodiert. Entgegen der Erwartung ging die produzierte Biermenge im gleichen Zeitraum aber leicht zurück. Grund: der Boom der Kleinbrauereien. Von den 869 Brauereien, die es aktuell in der Schweiz gibt, produzieren mehr als drei Viertel weniger als 50 Hektoliter pro Jahr. Qualität statt Quantität. Machen die vielen Kleinbrauereien den «Grossen» das Leben schwer? «Nein», sagt Martin Wyss von Eichhof. «Wir sind die älteste noch existierende Brauerei im Kanton Luzern und stellen seit 1834 Bier her. Das sind 184 Jahre gesammelte Braukompetenz, die uns so leicht keiner nachmacht.» Die kleinen Bierbrauereien würden Eichhof vielmehr Freude als Kummer bereiten: «Sie entwickeln die Bierlandschaft mit und tragen zur Förderung der Bierkultur bei. Das ist grossartig.» Gegenüber einer Grossbrauerei hätten die «Kleinen» einen Vorteil: «Sie können kleinere Chargen brauen und somit auch mal etwas Verrücktes ausprobieren. Sollte es auf dem Markt nicht ankommen, hält sich der Verlust in Grenzen.» Gute Voraussetzungen also für das eine oder andere «verrückte» Bier aus der Region. ■

Nebst der Brauerei Wiggerli stellen vier weitere Brauereien in der WB-Region Bier her (siehe unten). Die Brauerei Brauwiler aus Wauwil wollte auf Anfrage keinen Steckbrief aufgeben.

Bertbier

Herkunft: Luthern

Gründung: 2007

Inhaber: Hubert und Nadia Peter

Produktionsmenge 2017: 140 hl

Biersorten: Hell, Dunkel, Red Ale, White Ale, IPA, Weizen

Alkoholgehalt: 4.8 bis 7.2 Vol. %

Erhältlich: Napf-Chäsi, Luthern; Frischpunkt, Willisau; Gedex Getränke, Huttwil; Getränkehandel Wein 44, Zell; Hodel Bäckerei, Hofstatt; Brauerei Birkenweg, Luthern

Menz Bergbier

Herkunft: Menzberg

Gründung: 2015

Inhaber: Jost-Xaver Bussmann

Produktionsmenge 2017: 25 hl

Biersorten: (American) Pale Ale, Amber, Weizen, Gewürz, Malz

Alkoholgehalt: 4.6 bis 5.2 Vol. %

Erhältlich: Städtlimärt Willisau; Landi Willisau; Denner Menznau; Phils Menznau; Dorfladen Menzberg; Landgasthof Ochsen, Geiss; Restaurant Kapello, Wolhusen; Brauerei Zibershus 3, Menzberg

Stahler Bier

Herkunft: Grossdietwil

Gründung: 2012

Inhaber: Stahler Bier GmbH, Christian und Helene Krauer

Produktionsmenge 2017: 100 hl

Biersorten: Perle, Hell, Dunkel, Pale Ale, Weizen, Port Stout

Alkoholgehalt: 4.8 bis 7.5 Vol. %

Erhältlich: Dorfladen Grossdietwil; Gasthof Löwen, Grossdietwil; Getränkehandel Wein 44, Zell; Brauerei Stahlermatten 4, Grossdietwil

Damals wie heute:

Unsere Leidenschaft.

SEAT

30 Jahre Dorfgarage Wagner AG

Feiern Sie mit uns und begleiten Sie uns auf eine kleine Automobile Zeitreise

- **SA, 24. März 2018**
  10.00 bis 18.00 Uhr (Kaffee und Kuchen)
- **SO, 25. März 2018**
  10.00 bis 18.00 Uhr (Kaffee und Kuchen)

Ab 11.00 Uhr Ständli der Brassband Zell

Wir freuen uns auf Sie!

SEAT

Dorfgarage Carrosserie Wagner AG

Dorfgarage Wagner AG
St. Urbanstrasse 9 | CH-6144 Zell
Tel. 041 988 11 50 | www.wagner-zell.ch