

Luzerner Gemeinden

Jeden Freitag berichten wir an dieser Stelle aus den Luzerner Landgemeinden. Senden Sie uns Ihre Anregungen:

Luzerner Zeitung
Ressort Kanton
Maihofstrasse 76
6002 Luzern
Telefon 041 429 51 51
kanton@luzernerzeitung.ch

Landauf, landab

Alles und sofort

So hat es ein Redaktor in seinem Leitartikel auf Neujahr formuliert. Gemeint hat er damit die Alles- und Sofort-Mentalität, welche in den letzten Jahren unser Konsumverhalten verändert hat. Bei den Lebensmitteln: Bananen aus Ecuador, Fische aus der Südsee oder Rindsfilet aus Uruguay. Bei der Buchung von Ferien: Neuseeland, Brasilien und Hawaii stehen zuoberst auf der Liste. Beim Kauf eines Autos: Mindestens ein Dreilitermotor muss schon unter der Haube sein. Und das alles mit einer Selbstverständlichkeit, an die Klimaverträglichkeit wird keinen Augenblick gedacht.

Corona hat uns nun zwangsweise zum Masshalten verurteilt. Es kommt mir vor, wie beim Turmbau zu Babel. Dort hat man – vor 4000 Jahren – auch gemeint, alles sei möglich. Und plötzlich, so mindestens erzählt es die Geschichte, haben die Bauleute sich nicht mehr verstanden, weil jeder in einer anderen Sprache zu reden begann.

Es wäre eine politische Aufgabe, der Alles- und Sofort-Mentalität Einhalt zu gebieten. Aber, solange die Rechte die globalisierte Wirtschaft verherrlicht und die Linke diese zu Recht in die Schranken weisen will, dafür aber eine Willkommenskultur für Wirtschaftsimmigranten anpreist, welche wiederum von rechts ablehnend als schönegeistige Verirrung apostrophiert wird – so lange wird nichts daraus.

Was Corona allenfalls schaffen kann, ist eine Rückbesinnung auf die regionalen und nationalen Kreisläufe, und zwar wirtschaftlich wie migrationsmässig. Wir haben nicht mehr allzu lange Zeit. Packen wir es an – alles und sofort.



Ruedi Lustenberger,
alt Nationalrat, Romsos
kanton@chmedia.ch

Hinweis

Am Freitag äussern sich jeweils Gastkolumnisten und Redaktoren unserer Zeitung zu einem frei gewählten Thema.

Solidarität bleibt auf ewig sichtbar

Ein Tattoo-Studio spendete die Tageseinnahmen einem Surseer Unternehmen. Nun zieht ein Beautysalon nach.

Roger Rüegger

Verdient haben sie mit der Aktion null, aber umsonst arbeiteten Priscilla und Figa vom Tattoo-Studio Stechstube in St. Erhard nicht. In der Adventszeit beschloss das Paar, ihren Freunden von der Braustation Sursee etwas Gutes zu tun. So verlegten sie ihre Arbeit letzten Samstag in den Event-Bereich der Braustation und tätowierten Leute, die reserviert hatten.

«Ink and Support» heisst: tätowieren und die Einnahmen spenden. «Mein Mann Figa und ich wollten Andy und Stéphanie damit überraschen. Bei einem Rampenverkauf legten wir ihnen den Plan vor und fragten, ob es recht sei», so Priscilla. Die Leute der Braustation waren überfordert, gibt Andy Stöckli zu: «Wir können doch von Freunden nicht annehmen, dass sie gratis für uns arbeiten.»

Die Braustation verkaufte deutlich mehr Bier

Ein Dutzend Leute liessen sich eines der fünf Motive stechen. Während Priscilla und Figa ihre Kundschaft bedienten, fand am Rande des Geschehens der Rampenverkauf wie jeden Samstag statt. Mit dem Unterschied, dass viel mehr Bier verkauft wurde. «Die Sache kam ins Rollen. Die Aktion sprach sich herum. Wir verkauften deutlich mehr Bier, als an einem gewöhnlichen Samstag. Manche rundeten den Betrag sogar auf», sagt Andy.

Die Aktion hat in den Menschen sichtlich etwas bewegt, was Priscilla und Figa freut. «Wir hoffen, einen Anstoss gegeben zu haben. Es wäre schön, wenn mehr Leute, die nicht arg vom Lockdown betroffen sind, Geschädigte unterstützen», sagt Priscilla. Die Stimmung in der Braustation sei besonders



Tätowiererin Priscilla Dietschy bei der Arbeit.

Bild: Plus Amrein (St. Erhard, 4. Februar 2021)

gewesen. «Wer sich ein Motiv für 200 Franken stechen liess, trägt nun eine bleibende Erinnerung, die ausweist, dass er an der Charity-Aktion einen Beitrag geleistet hat.»

Die Motive haben allesamt eine Bedeutung. Die Symbole Hopfen für Bier, das blutende Herz mit Pflaster für Schmerz

mit Hoffnung auf Heilung, ein Rettungsring, der für sich selber spricht, der Leuchtturm für Wegweiser und Licht in der Dunkelheit sowie der Anker, der für Hoffnung und Sicherheit steht. Weil zudem relativ viele Leute an der Rampe einkaufen, machte sich auch die Luzerner Polizei ein Bild an Ort und Stelle.

Es gab allerdings nichts zu beanstanden.

Die Inhaber des Tattoo-Studios wissen nur zu gut, wie steinig der Weg für viele KMU derzeit ist. Im Frühling wurden auch Tätowierer, Coiffeure, Kosmetikstudios und weitere Betriebszweige in die Zwangsferien geschickt. Die Braustation

natürlich ebenfalls. Im Gebäude neben den Bahngleisen wird üblicherweise tagsüber Bier gebraut. Abends finden im Event-Bereich Führungen, Firmenanlässe, private Feiern und Konzerte statt. «Das Jahr 2020 war bereits damals ausgebucht. Dann folgten die Absagen, schliesslich kam das Veranstaltungsverbot. Das Loch an Einnahmen wurde bis heute nicht mit den viel gepriesenen Unterstützungsgeldern gestopft», schildert Andy. Der Gastro-Lockdown Ende Jahr war dann praktisch der Todesstoss für die Bierproduktion, weil Bestellungen ganz zum Erliegen kamen.

Auch der Vermieter zeigt sich grosszügig

Daher sind Andy und Stéphanie Stöckli glücklich über die Aktion der Tätowierer, auch wenn es nur ein Tropfen auf den heissen Stein sei. «Spielt keine Rolle. Mut und Zuversicht schöpfen wir aus der Treue und Unterstützung unserer Kunden und Freunde an den Rampenverkäufen. Ein Lichtblick ist auch das Entgegenkommen des Vermieters für den Monat Februar», sagt Stéphanie Stöckli.

Auch wenn es derzeit ein Unwort ist, die Aktion der Tätowierer war ansteckend. Sandro und Sandra Arnold von Bodyrock Sursee gehen denselben Weg wie Figa und Priscilla.

Morgen Samstag bedienen sie mit einer Permanent-Make-up-Session rund ein Dutzend Kundinnen in der Braustation. «Uns hat es diesmal nicht so hart getroffen. Darum haben wir die coole Idee der Tätowierer aufgenommen und helfen unseren Freunden. Der Zusammenhalt in solchen Zeiten ist besonders wichtig. Man kann sich glücklich schätzen, wenn man auf Freunde zählen kann.»

Seetaler Winzer wollen enger zusammenarbeiten

Das grösste Weinbaugebiet im Kanton prüft, Vermarktung und Verkauf seiner Tropfen gemeinsam anzugehen.

Der Luzerner Weinbau ist im schweizerischen Vergleich ein kleiner Fisch. Doch einer, der stetig wächst. Die Anbaufläche nimmt jährlich um fünf bis zehn Prozent zu. Die grösste Luzerner Anbauregion ist das Seetal, wo rund 26 Hektaren angepflanzt sind. Das ist ein Drittel der kantonalen Gesamtfläche.

Nun soll die Region mit «Wein Kultur Seetal» zusätzlich Schub erhalten. Der regionale Entwicklungsträger Idee Seetal hat kürzlich beim Bundesamt für Landwirtschaft ein Projekt zur Regionalen Entwicklung (PRE) eingereicht. Mit diesem Instrument fördert der Bund die Wertschöpfung in der Landwirtschaft und die regionale Zusammenarbeit. «Es geht im Kern darum, das grösste und traditionsreichste Luzerner Weinbaugebiet nach aussen gemeinsam aufzutreten zu lassen.» Dies sagt Roger Brunner, Geschäftsleiter der Idee Seetal. Am Anfang des Projekts

stand ein Workshop mit allen 15 Seetaler Weinbaubetrieben. Dabei habe sich ein Bedürfnis herauskristallisiert, Synergien zu nutzen und die Bekanntheit der Weine zu steigern. Die meisten Betriebe sind klein und werden im Nebenerwerb geführt.

Mehr Weintouristen ins Seetal locken

Fachlich begleitet wird das Projekt von Beat Felder, dem Zentralschweizer Rebbaukommissär. Für eine engere Zusammenarbeit spreche die Tatsache, dass es im Seetal weit weniger Gastronomie gebe als zum Beispiel am Sempachersee und der Region Vierwaldstättersee. «Zudem ist das Seetal bevölkerungsärmer. Der Verkauf der Weine muss daher über die Region hinaus stattfinden, oder es müssen mehr Weintouristen ins Seetal gelockt werden.»

In den grossen Weingütern stehen laut Felder zudem Gene-

rationenwechsel an, zum Beispiel beim Weingut Heidegg, beim Klosterhof in Aesch sowie beim Kaiserspan in Hitzkirch. Die junge Generation sei für eine engere Zusammenarbeit offener.

Einer dieser jungen Winzer ist Noel Huwiler. Voraussichtlich nächstes Jahr wird der 29-Jährige zusammen mit seiner Frau den Klosterhof in Aesch mit insgesamt 3,5 Hektaren Reben von seinen Schwiegereltern übernehmen. Huwiler ist Mitglied des Projekt-Kernteam und überzeugt, dass «Wein Kultur Seetal» kein Papiertiger wird, sondern für die Winzer einen Mehrwert schafft.

«Angedacht ist, dass externe Marketingfachleute die Betriebe besuchen, um einen Aussehen zu ermöglichen und Verbesserungsmöglichkeiten vorzuschlagen», sagt Huwiler. «Mit den PRE-Mitteln könnte man in die Infrastruktur investieren,

zum Beispiel in Eventräume. Da besteht bei den kleineren Weingütern Nachholbedarf.»

Seetaler Weine kommen im Waadtland gut an

Zentral sei auch, die Verkaufsplattformen zu verbessern. «Denkbar wäre, eine gemeinsame Plattform aller Betriebe im Seetal aufzubauen, wo man die Weinvielfalt präsentieren und gleich online einkaufen kann.» Die Digitalisierung sei gerade durch die Pandemie zu einem wichtigen Thema geworden. Weiter sollen der gegenseitige Austausch und Weiterbildungen gefördert werden.

In der Pipeline steht zudem ein Leuchtturmprojekt, angeordnet sei eine gemeinsame Vinothek oder sogar ein Haus des Weines. «Wir schauen nun, ob es dafür einen geeigneten Standort gibt.» Mit dem Schloss Heidegg habe man zwar bereits ein Aushängeschild mit dem

schönsten Rebbeg im Seetal. «Im Winter ist es beim Schloss aber nicht ideal, da es geschlossen ist. Ein Ort in den Zentren Hitzkirch oder Hochdorf wäre passender.» Huwiler schwört noch etwas anderes vor: eine mobile, fahrbare Vinothek. «Das gibt es in Deutschland bereits und hat sich bewährt. Man ist standortunabhängig und kann die Leute vor Ort abholen, zum Beispiel in Zürich.»

Auch im Waadtland sei grosses Interesse am Seetaler Wein vorhanden. Das hat laut Huwiler mit der Fête des Vignerons zu tun, dem bedeutenden Weinfest, das etwa alle 20 Jahre in Vevey stattfindet. Vor zwei Jahren durften sich auch fünf Jungwinzerinnen und -winzer aus dem Kanton Luzern präsentieren. «Das kam sehr gut an, die Leute waren begeistert von unserer Vielfalt.»

Reto Bieri