VOW

Haltung zeigen

«Ethik, Moral, Zivilcourage – Haltung zu haben heisst für uns bei der Vögeli AG: Verantwortung übernehmen. Nicht für ein Image, sondern für die Welt, die wir unseren Kindern und Enkeln hinterlassen. Als Pionierin der Kreislaufwirtschaft in der Druckbranche handeln wir aus tiefster Überzeugung. Dass wir damit als umweltfreundlichste Druckerei der Schweiz wahrgenommen werden, ist schön – aber nicht unser Antrieb. Unser Antrieb ist das Richtige zu tun.»

Markus Vögeli

«Wir sehen uns durchaus als Vorreiter einer zukunfts-gerichteten Bewegung einer enkeltauglichen und zirkulären Wirtschaft. Dafür konsequent einzustehen und es täglich vorzuleben – das heisst für mich persönlich Haltung zeigen.»

Renato Vögeli

Impressum:
Herausgeber: Vögeli AG, Langnau
Grundidee, Gestaltungskonzept und Layout:
Amber Kommunikation AG
Text: ZVG durch jeweilige Unternehmen,
Vögeli AG, Amber Kommunikation AG
Druck: Vögeli AG
Auflage: 3355 Ex. deutsch, 700 Ex. französisch
Fotografie: ZVG durch jeweilige Unternehmen, Vögeli AG

Warum Haltung allesentscheidend ist

Wer mutig auftritt, beschreitet selten den bequemsten und einfachsten Weg. Wir als Vögeli AG haben uns bewusst entschieden, die Cradle to Cradle Certified® Gold-Zertifizierung anzustreben und damit neue Massstäbe für umweltverträg-liche Drucklösungen anzubieten.

Damit zeigen wir Haltung, wie wir mit unseren Ressourcen, unserer Umwelt und unseren Mitmenschen umgehen wollen. Und sind bestrebt, auf authentische Weise unsere Marke nach innen und aussen zu tragen.

Inhaltsverzeichnis

5
Editorial

6
Eine Kreislaufwirtschaft in der Schweiz

10
Innovation, Haltung, New Roots

12
Mit Food Upcycling und Fermentation zu feinen Proteinalternativen

16
«Kreislaufwirtschaft rechnet sich einfach.»

20
Zero Waste Mini-Leitfaden

22
Bei Swiss Recycle wird der Kreislauf auch intern geschlossen

26
«Die Kunden entdecken unsere Weine auf eine spielerische Art.»

28
Auf den Fersen von Daniel und Bernhard Wenger

32
Eine Reise durch Leadership und Zusammenarbeit

34
Netto-Null auf ganzer Linie

36
«Das Ernährungsbewusstsein hat sich zum Glück verändert.»

38
«Echtheit entsteht auf Herzensebene.»

42
GOLD für den biologischen Kreislauf

44
Gewerbespiel statt Monopoly

46
Geschenkböxli mit Wow-Effekt

50
Der Traum vom Fliegen

«Du muss musst einfach mit dir im Reinen sein.»

Das eigene Ich darf niemals zu gross sein, und trotzdem sollte es sicht- und spürbar sein. In einem kurzen Gespräch mit dem Ego erfuhren wir, wie man eine gute Balance findet, wie man es am besten steuern soll und welche Bedeutung dabei die eigene Haltung hat.

Liebes Ego, wie geht's dir heute?

Ego: Danke, sehr gut, schliesslich darf ich mich hier präsentieren.

Wie gross darf man sich eigentlich im Leben machen und zeigen?

Ein wichtiger Punkt; letztlich ist alles eine Frage des Gespürs und zudem situationsabhängig. Mancherorts ist es angebracht, sich zurückzunehmen oder auch anderen den Vortritt zu lassen. Andererseits darf und muss man sogar selbstbewusst auftreten.

Hast du ein Beispiel?

Nehmen wir an, du hast zusammen mit Kollegen etwas auf die Beine gestellt – ein geschäftliches Projekt oder etwas Karitatives. Alle haben in etwa gleich viel geleistet. Wenn du dich dabei vor allen anderen hinstellst und in den Vordergrund drängst, dann ist das unbedacht und egozentrisch. Wenn du hingegen etwas alleine erreicht hast, es dein Projekt war und dies inhaltlich gut ankommt, darfst du dich auch zeigen und deine Idee repräsentieren und erklären. Das Ganze ist also eine Gratwanderung.

Und wie steuert man das?

Indem man sich stets fragt, wie viel Aufhebens tatsächlich nötig ist – und gleichzeitig die Sache und nicht die eigene Person in den Vordergrund stellt. Und natürlich über den gesunden Menschenverstand...

Hand aufs Herz, hast du diesen Prozess immer voll und ganz im Griff?

Mittlerweile schon. Weil ich mich immer wieder spiegeln lasse. Man muss sich stets von Neuem von aussen betrachten.

Und worauf sollte man sonst noch besonders achten?

Auf die eigene Haltung, die man immer reflektieren sollte – und an der man immer arbeiten muss. Wenn du mit dir im Reinen bist und mit beiden Füssen auf dem Boden stehst, dann hast du auch kein Problem mit deinem Ego. Ich weiss, wovon ich rede...

Eine Kreislauf-wirtschaft in der Schweiz

Die Schweiz hat die Pariser Klimaziele durch die Annahme des Klima- und Innovationsgesetzes (KIG) im Jahr 2023 gesetzlich verankert – dieses Gesetz ist Anfang 2025 in Kraft gesetzt worden. Der Verein Circular Economy Switzerland (CES) setzt sich seit 2019 als nationale Dachorganisation für die Stärkung der Kreislaufwirtschaft ein. Ein Gespräch mit Präsident Philipp Rufer.

Die Kreislaufwirtschaft

Über Philipp Rufer

Philipp Rufer ist selbstständiger Unternehmensberater. Die Punkt Rufer AG bietet Strategie-, Geschäftsmodell- und Organisationsentwicklung mit Schwerpunkt auf Kreislaufwirtschaft an. Philipp ist Experte im BAFU-Netzwerk Reffnet, welches die Ressourceneffizienz und Zirkularität in Schweizer Unternehmen stärkt. Zudem ist er Präsident von Circular Economy Switzerland, dem schweizweiten Netzwerk zur Stärkung der Kreislaufwirtschaft. Als Co-Gründer der Zero Heroes GmbH begleitet Philipp KMU auf dem Weg zu Netto-Null. Er hat Betriebswirtschaft in Zürich studiert, lebt mit seiner Frau und zwei Kindern in Bern.

Philipp Rufer

Philipp Rufer, dein Herz schlägt für die Kreislaufwirtschaft. Wie nachhaltig gestaltest du dein Privatleben?
Privat bin ich daran, die grössten Emissionsbereiche Wohnen, Mobilität und Konsum nachhaltig auszugestalten und zu leben. Themen sind unter anderem der Ersatz der Ölheizung und Fenster in unserer Siedlung, die verstärkte ÖV-Nutzung sowie ein sorgfältiger Konsum im Alltag.

Du bist beruflich in verschiedenen Unternehmen und Organisationen mit Fokus auf Kreislaufwirtschaft und Netto-Null engagiert. Warum ordnest du dein Berufsleben konsequent einer nachhaltigen Wirtschaftsweise unter?
Nur eine Änderung des Wirtschaftssystems ermöglicht eine nachhaltige Lebensweise für eine breite Bevölkerungsschicht. Es geht darum, dass die Mehrheit der Schweizer ihren CO_2-Ausstoss sowie Ressourcenverbrauch reduziert und nicht nur eine Minderheit sehr enthaltsam und nachhaltig lebt. Darum ist es entscheidend, dass Unternehmen ihre Produkte und Dienstleistungen in einer nachhaltigen Version nochmals «erfinden»: mit gleicher Funktionalität, aber zirkulär produziert, basierend auf geschlossenen schadstofffreien Rohstoffkreisen und erneuerbaren Energieträgern.

Der Begriff Nachhaltigkeit ist in den vergangenen Jahren arg strapaziert worden. Was verstehst du darunter?
Die UN haben diesen Begriff 1987 im Brundtland-Report treffend definiert. Eine nachhaltige Entwicklung ist die Befriedigung der Bedürfnisse der Gegenwart, ohne zu riskieren, dass künftige Generationen ihre eigenen Bedürfnisse nicht befriedigen können. Schreitet der Klimawandel weiterhin ungebremst voran, wird dieses Prinzip in naher Zukunft verletzt.

Du bist Präsident von Circular Economy Switzerland. Wie umschreibst du deren Mission? Wie schafft es der Verein, die Nachhaltigkeit in der Schweiz zu verankern?
CES ist eine nationale Bewegung, welche Akteure der Kreislaufwirtschaft aus Wirtschaft, Zivilgesellschaft, Politik und Verwaltung vereint sowie den Wissensaustausch und Kooperationen über alle Branchen und Regionen hinweg fördert.

Mit welchen Massnahmen erreicht ihr eure Zielgruppen?
Erstens haben wir regionale Gruppen, auch City Circles genannt, welche Veranstaltungen gemeinsam mit Unternehmen und anderen Organisationen duchrführen. Dort findet ein fachlicher Austausch statt, es werden zirkuläre Lösungen vorgestellt und neue Netzwerke gebildet.

Zweitens haben wir thematische Gruppen, auch Sector und Cross-Sector Circles genannt, welche das Thema Kreislaufwirtschaft branchenspezifisch angehen. Diese sind von Spezialisten des CES-Netzwerks organisiert und für Experten oder Unternehmen mit konkreten Herausforderungen und Projekten gedacht.

Darüber hinaus bieten wir verschiedene Services für unsere Mitglieder, darunter frei zugängliche Dienstleistungen, wie z.B. die zweiwöchentlichen «circular economy news»; das sind nationale und internationale Nachrichten aus der Welt der Kreislaufwirtschaft.

KLW-News abonnieren

Verfügt ihr über genug Ressourcen, um eure Aufgaben zu erfüllen?
Wir sind schlank organisiert; viele Personen engagieren sich unentgeltlich mit viel Herzblut für CES. Auch Mitglieder übernehmen bei uns, sofern gewünscht, eine aktive Rolle. Alle bringen sich mit ihren Fähigkeiten ein oder setzen sich mit der Stimme des Netzwerks dort ein, wo Veränderungsbedarf besteht.

Natürlich verleihen uns zusätzliche Ressourcen einen grösseren Handlungsspielraum. Jede Mitgliedschaft, ob Unternehmen, Organisation oder Privatperson, unterstützt unsere Bewegung und ist herzlich willkommen.

CES-Mitgliedschaft

Welche Erfolge könnt ihr bereits vorweisen? Was hat am meisten Echo?
Die City Circles stossen auf grosses Interesse und funktionieren sehr gut. Aber auch Grundlagenarbeiten über die Kreislaufwirtschaft in der Schweiz sind gefragt und werden oft zitiert. Mit dem Circularity Gap Report Switzerland haben wir zusammen mit Partnern eine umfangreiche Studie zur bestehenden Zirkularität und Entwicklungsbereichen erarbeitet. Aktuell werden nur 6,9% von jährlich 175 Millionen Tonnen Primärressourcen im Kreislauf gehalten. Mit einer knappen Verdoppelung der Zirkularität auf 12% bis 2030 könnten der Ressourcen-Fussabdruck der Schweiz um einen Drittel und die CO_2-Emissionen um fast die Hälfte reduziert werden.

Download Report

Welches Traumziel hast du vor Augen? Woran wirst du merken, dass die CES-Mission erfüllt ist?
Aktuell wird Kreislaufwirtschaft oft als Synonym oder Erweiterung von Recycling verstanden. Kreislaufwirtschaft hat aber primär zum Ziel, bereits Produziertes zu erhalten und die wertvolleren, sogenannt inneren Kreise zu schliessen, bevor als letzte Option die Ressourcen im äussersten Kreis durch Recycling wiederverwendet werden.

Zirkularität erfordert ein kluges Design, damit Produkte durch Wartung, Reparaturen, Aufbereitung oder Wiederverkauf möglichst lange ihren Zweck erfüllen können. Züge oder Autos sind gute Beispiele für Produkte, welche laufend instandgehalten werden und lange ihren Zweck erfüllen. Kreislaufwirtschaft ist in gewisser Hinsicht eine Rückkehr zu langlebigen Produkten, kombiniert mit neuster Technologie.

Bitte beschreibe uns zum Abschluss deine Vision der Welt im Jahr 2030.
Einem Wandel hin zur Kreislaufwirtschaft stehen lineare Weltwirtschaftsmechanismen und Unternehmensstrukturen gegenüber, welche die heutige energie- und materialintensive Industrie bevorteilen und teilweise schützen. Hier wünsche ich mir für 2030 wirtschaftliche Rahmenbedingungen, welche ein zirkuläres Wirtschaftssystem mit geringstmöglichem Ressourcenverbrauch und Umweltbelastung unterstützen. Es bräuchte eine Kostenwahrheit und erweiterte Unternehmensverantwortung für Produkte, die es verhindern, auf Kosten der Umwelt Gewinne zu erzielen.

Im Juli 2024 hat die EU eine neue Ökodesign-Verordnung mit neuen Anforderungen über den gesamten Produktlebenszyklus eingeführt, einschliesslich Haltbarkeit, Wiederverwendbarkeit, Reparierbarkeit und Ressourceneffizienz. Diese wird schrittweise für nahezu alle Produktgruppen eingeführt und verbietet beispielsweise die Vernichtung von gebrauchsfähigen Textilien und Schuhen. Weltweit wird jährlich ein Drittel der ständig wachsenden Menge von minderwertigen Fast-Fashion-Kleidern nie verkauft: Diese Billigkleider landen direkt auf Mülldeponien oder in Verbrennungsanlagen (Circularity Gap Report Textiles 2024).

Was kann und sollte der Beitrag jedes Menschen zu einer enkeltauglichen Welt sein?
Kauft keinen billigen Ramsch, den ihr nicht braucht, und gewöhnt eure Kinder nicht daran, dass es normal ist, mit dem Flugzeug in die Ferien zu fliegen.

Über Kreislaufwirtschaft

Die Kreislaufwirtschaft ist ein System, in dem Materialien nie zu Abfall werden und die Natur sich regeneriert. Sie ist gut für Unternehmen, Mensch und Umwelt. In einer Kreislaufwirtschaft werden Produkte und Materialien durch Prozesse wie Wartung, Wiederverwendung, Aufarbeitung, Wiederaufbereitung, Recycling und Kompostierung im Kreislauf gehalten. Die Kreislaufwirtschaft begegnet dem Klimawandel und anderen globalen Herausforderungen wie dem Verlust der biologischen Vielfalt, Abfall und Umweltverschmutzung, indem sie die Wirtschaftstätigkeit vom Verbrauch endlicher Ressourcen entkoppelt.

Die Kreislaufwirtschaft basiert auf drei Grundsätzen, die vom Design bestimmt werden:
- Beseitigung von Abfall und Verschmutzung
- Kreislaufführung von Produkten und Materialien (zu ihrem höchsten Wert)
- Regenerierung der Natur

Über Circular Economy Switzerland CES

Circular Economy Switzerland (CES) ist das Movement zur Stärkung der Kreislaufwirtschaft in der Schweiz. CES vereint Akteure der Kreislaufwirtschaft (KLW) aus Privatwirtschaft, Zivilgesellschaft, Politik und Verwaltung und fördert deren Vernetzung und Mitwirkung, die Kooperation und den Wissensaustausch über alle Branchen, Bereiche und Regionen hinweg. CES setzt sich zur Mission, eine resilientere Schweizer Wirtschaft innerhalb der planetaren Grenzen zu ermöglichen.

Innovation, Haltung, New Roots

New Roots AG ist mehr als nur eine Marke: Sie verkörpert eine Denkweise, eine Philosophie und vor allem eine Haltung. Mit Werten wie zukunftsorientierte Innovation, Nachhaltigkeit und mutige Kreativität gestaltet New Roots die Käsetraditionen von morgen: aus Pflanzen statt Tieren.

Die Produkte von New Roots werden nach traditionellen Techniken der Fermentation und Reifung hergestellt – Techniken, die das Unternehmen im Herzen der Schweizer Alpen erlernt hat. Dabei ehrt New Roots die Tradition und denkt gleichzeitig die Zukunft neu.

Die Geschichte von New Roots

Die Ursprünge von New Roots sind alles andere als gewöhnlich. Das Unternehmen wurde 2016 in Thun gegründet, aus dem Wunsch heraus, den Status quo herauszufordern. Es entstand, um eine Branche zu verändern, die mit ethischen und ökologischen Problemen behaftet ist. Von Anfang an war die Mission klar: Produkte zu schaffen, die ebenso innovativ wie verantwortungsvoll sind und gleichzeitig Menschen zu inspirieren, die Wert auf Individualität legen.

Produkte mit Sinn

Die New Roots AG stellt mehr her als nur funktionale Produkte – sie erzählt Geschichten. Von den innovativen Zutaten ihrer pflanzlichen Käsesorten bis hin zu den kreislauffähigen Materialien ihrer Verpackungen ist alles, was New Roots herstellt, ein Statement für Verantwortung. Ihr Sortiment umfasst Produkte wie Soft White (einen pflanzlichen Weichkäse), La Cotta (eine pflanzliche Alternative zu Ricotta), Frischkäse, Joghurts und Kochcremes. Diese Produkte beweisen,

dass man nicht auf Geschmack, Annehmlichkeiten oder Tradition verzichten muss, um einen positiven Beitrag zu leisten.

Eine gemeinsame Vision: Zusammenarbeit mit Vögeli

New Roots und die Vögeli AG haben eine gemeinsame Vision: Sie wollen die gesamte Lieferkette neu denken und verbessern – von nachhaltigen Rohstoffen über sozial verantwortungsvolle Produktionsprozesse bis zu transformierenden, umweltfreundlichen Produkten. Dank dieser Partnerschaft können die beiden Unternehmen nicht nur herausragende Produkte, sondern auch umweltfreundliche Verpackungen anbieten.

Was Haltung bei New Roots ausmacht

Für New Roots ist Haltung nicht nur ein Wort. Haltung bedeutet vielmehr, zu den eigenen Werten zu stehen, mutig zu sein, entschlossen zu handeln, kompromisslos zu handeln und seinen ethischen Verpflichtungen treu zu bleiben. Und so handeln wir täglich:

- **Traditionen brechen:** Ob bei Zutaten, Materialien, Prozessen oder Marketing – New Roots erkundet stets neue Wege, um Dinge anders zu machen. New Roots geht Risiken ein und hinterfragt etablierte Annahmen.
- **Individualität fördern:** Bei New Roots geht es darum, Einzigartigkeit zu feiern. Die Produkte richten sich an Menschen, die an eine freundlichere und nachhaltigere Zukunft glauben. Diese Haltung spiegelt sich in jeder Facette der Marke wider – vom köstlichen veganen Käse bis hin zur unverblümten Erzählweise.
- **Furchtloses Engagement:** New Roots nutzt ihre Plattform, um sich für wichtige Anliegen einzusetzen. Ob Umweltschutz oder Tierrechte – sie scheut sich nicht davor, klare Positionen zu beziehen, selbst wenn das Kontroversen auslöst.
- **Nachhaltigkeit neu definieren:** Viele Marken sprechen von Umweltfreundlichkeit, aber New Roots hält, was sie verspricht. Ihr Engagement für Kreislaufdesign und ethische Beschaffung geht über oberflächliches Greenwashing hinaus und macht Nachhaltigkeit inspirierend statt belehrend.

Warum Haltung zählt

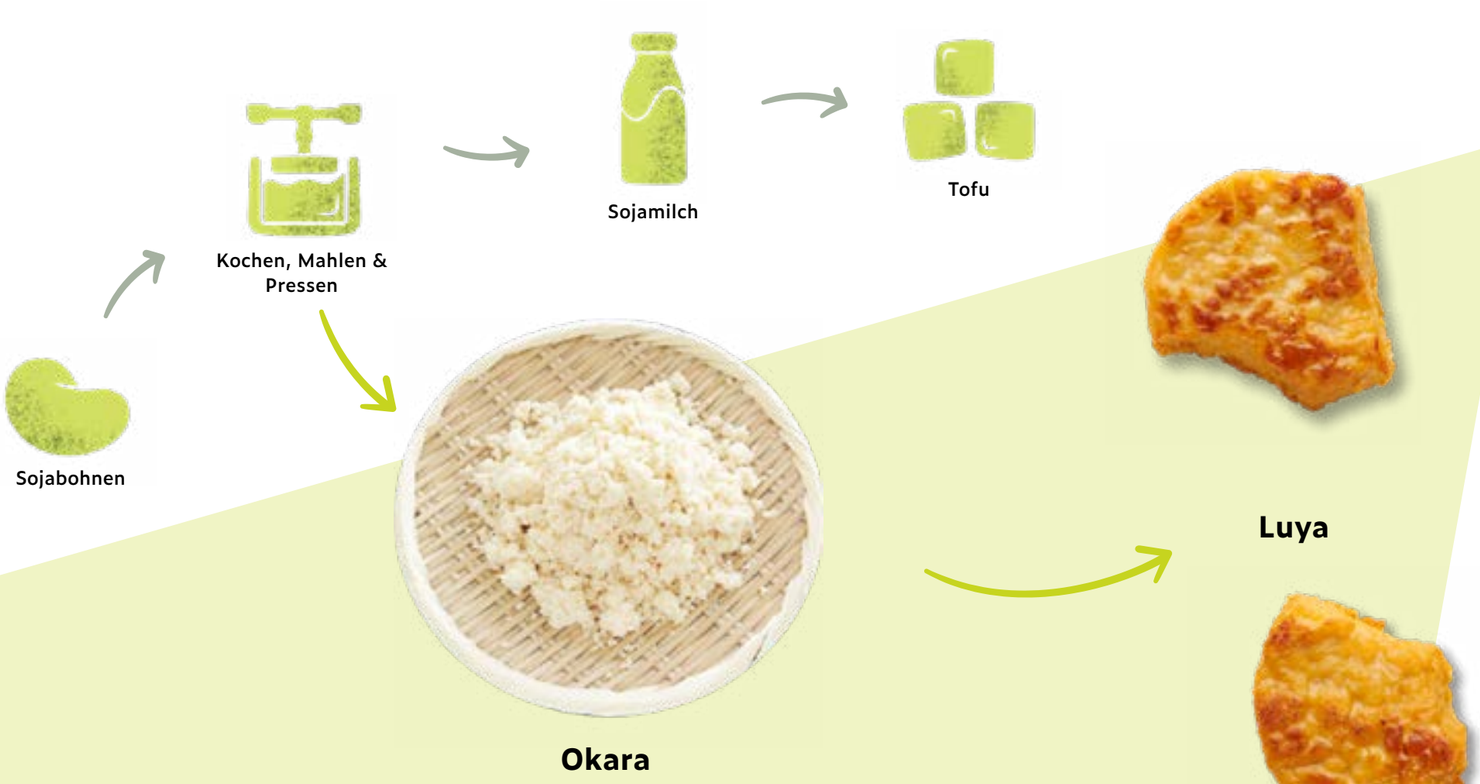
Für New Roots ist Haltung mehr als Selbstbewusstsein – es ist der Mut, den Herausforderungen der Welt mit Kreativität und Entschlossenheit zu begegnen. Es geht darum, Trends voraus zu sein, sich für wichtige Anliegen einzusetzen und das grosse Ganze nicht aus den Augen zu verlieren.

Blick in die Zukunft

Die New Roots AG ist mehr als eine Marke – sie ist eine Hoffnungsträgerin für eine bessere Zukunft. Mit pflanzlichen Käsesorten, die nach traditionellen Techniken hergestellt werden, und ihrem Einsatz für Nachhaltigkeit und Tierrechte definiert sie neu, was es bedeutet, ein modernes, verantwortungsvolles Unternehmen zu sein. Mit jedem Produkt, jeder Partnerschaft und jeder mutigen Entscheidung beweist sie, dass Innovation, Qualität und Sinn Hand in Hand gehen können. Während New Roots wächst, bleibt sie ihrem Ziel verpflichtet, köstliche, nachhaltige Produkte zu schaffen und andere zu inspirieren, sich ihrer Mission für eine freundlichere, grünere Welt anzuschliessen. Ihre Reise ist ein Zeugnis dafür, wie wichtig es ist, den Status quo infrage zu stellen und den eigenen Werten treu zu bleiben.

Mit Food Upcycling und Fermentation zu feinen Proteinalternativen

Luya denkt plant-based neu! Seit 2021 treibt das Berner Foodtech-Startup die Good-Food-Revolution voran. Für die pflanzlichen Proteinalternativen sind das Upcycling von Nebenprodukten aus der Lebensmittelindustrie sowie die Fermentation zentral.



Zur Info: 27% der Lebensmittelverluste in der Schweiz fallen jährlich in der Verarbeitung an, darunter über 2000 Tonnen Okara.

Luya ist ein innovatives Foodtech-Startup, das natürlich fermentierte und superleckere Alternativen auf Basis von Kichererbsen und Okara in einer ehemaligen Schokoladenfabrik in Bern Bümpliz produziert. Bei den biozertifizierten Produkten steht der Genuss im Mittelpunkt, ohne bei den Nährstoffen Abstriche zu machen. Die Hauptzutat Okara – ein nährstoffreiches Nebenprodukt der Tofu- und Sojamilchherstellung – bekommt bei Luya ein zweites Leben, statt ungenutzt zu bleiben. Luya vereint Genuss, Natürlichkeit und Nachhaltigkeit. Das Luya-Team arbeitet mit viel Leidenschaft an Lebensmitteln für eine gesündere und nachhaltigere Ernährung.

Upcycling – eine Superpower

Der Einsatz für Nachhaltigkeit zeigt sich durch die effiziente Verwendung von Okara, das oft im Abfall oder in der Biogasanlage endet. Luya verwendet diesen nährstoffreichen Rohstoff als Hauptzutat und zaubert daraus köstliche Luyas. Dadurch wird das volle Potenzial des Rohstoffs ausgeschöpft und Food Loss verhindert. Das Okara wird frisch von Schweizer Tofu-Herstellern in die Produktionsstätte von Luya geliefert und weiterverarbeitet.

Seit 2021 hat Luya über 31 000 kg Okara vor der Biogasanlage gerettet und das ist erst der Anfang! Das Ziel von Luya ist, in Zukunft noch mehr nährstoffreiche Lebensmittelnebenströme wiederzuverwenden und eine Drehschreibe für Wissen und Produkte rund ums Thema Lebensmittel-Upcycling zu werden.

Fermentation – die Luya-Magic

Fermentation ist die Umwandlung von biologischen Materialien mithilfe von Mikroorganismen, beispielsweise Bakterien oder Pilzen, und blickt auf eine lange Tradition zurück. Alle kennen fermentierte Produkte, beispielsweise Joghurt, Sauerkraut oder Apfelessig, und trotzdem ist der Prozess (noch) nicht sehr bekannt. Die Fermentation trägt massgeblich zur Geschmacks- und Texturentwicklung bei und verlängert die Haltbarkeit von Lebensmitteln. Zudem sind fermentierte Produkte sehr bekömmlich und Inhaltstoffe werden vom Körper

Luya wurde 2021 von Flavio Hagenbuch, Tobias Kistler und Mike White gegründet und ist das Resultat geteilter Leidenschaft, Vision und einer gehörigen Portion Tech-Affinität. 2024 ist Nina Schaller dazugestossen und hat das Gründerteam mit ihrer Expertise komplettiert. Mittlerweile zählt das Foodtech-Startup über 20 Mitarbeitende und konnte im 2024 verschiedene wichtige Meilensteine erreichen, darunter eine grosse Finanzierungsrunde für die EU-Expansion, die Ausweitung des Angebots im Food Service, darunter die YB Gastro AG, die Schulthess Klinik und verschiedene ZFV-Kantinen sowie die Einführung von Luya in über 50 Coop-Filialen in der Deutschschweiz.

besonders gut aufgenommen. Fermentation ist wie Magie! Die entwickelte Technologie von Luya basiert auf ebensolcher natürlicher Fermentation und unterscheidet sich grundlegend von anderen Fleischalternativen, da sie ohne Zusatzstoffe oder Proteinisolate auskommt. Die Grundmasse aus Kichererbsen und Okara wird ohne Zusatzstoffe mit einer Pilzkultur versehen und dann in den eigens entwickelten Fermentationsschränken der Fermentation überlassen. In diesen Schränken passiert der Zauber: Nach ungefähr einem Tag werden aus einem Granulat bzw. der Grundmasse die unverkennbaren Luyas. Zukünftig sollen auch andere Presskuchen aus der Lebensmittelindustrie mit dieser Technologie in genussvolle, gesunde und nachhaltige Lebensmittel verwandelt werden.

Der Einsatz für die Nachhaltigkeit

Die Klimakrise ist die grösste Herausforderung unserer Zeit und pflanzliche Ernährung sowie Upcycling ein wichtiger Teil der Lösung. Luya leistet dafür einen superleckeren und essenziellen Beitrag. Als pflanzliche Proteinquelle sind der CO_2-Ausstoss sowie der Wasserverbrauch deutlich geringer als bei Fleischprodukten. So spart Luya im Vergleich zu Rindfleisch 94% CO_2 ein und verbraucht 85% weniger Wasser. Zudem lässt Luyas Fermentationstechnologie zu, dass auch weitere Nebenprodukte aus der Lebensmittelindustrie upgecycelt werden können wie z.B. Biertreber, Presskuchen aus der Sonnenblumenölindustrie und mehr.

Herstellungsprozess von Luya

Der Nachhaltigkeitsansatz sollte jedoch nicht beim Produkt aufhören, deshalb hat sich Luya für eine Produktverpackung von Vögeli Druck nach Cradle to Cradle-Standard entschieden. Das zeigt, dass Unternehmen gemeinsam innovativ und kreativ wirken können und somit die Grundlage für eine nachhaltigere Zukunft schaffen.

The GOOD-FOOD-REVOLUTION

Luya ist die neue Ära pflanzlicher Alternativen: 100% bio, natürlich fermentiert und nicht ultra-verarbeitet, pflanzlich, reich an Proteinen und Ballaststoffen, keine Zusatzstoffe und eine kurze Zutatenliste. Luya ist einfach in der Zubereitung und passt hervorragend in verschiedenste Vegi-Menüs, für umweltbewusste und mutige Konsumenten und Köche.

«Die perfekte Wahl für die gesunde und schnelle Alltagsküche.»

Nina, Tobi und Flavio beantworten drei zentrale Fragen rund um ihre Geschäftsidee.

Nina, was war dein Luya-Highlight im letzten Jahr?
Wir hatten im letzten Jahr wirklich viele Highlights: Launch im Coop, Finanzierungsrunde, neue Produktionslinie, etc. Aber eines, das mir besonders am Herzen liegt, ist unser unglaubliches Team. Zu sehen, wie engagiert, kreativ und leidenschaftlich jeder Einzelne dazu beiträgt, Luya voranzubringen, beeindruckt mich sehr. In kurzer Zeit haben wir gemeinsam schon viel erreicht – und genau dieser Teamgeist macht für mich den grössten Unterschied aus.

Tobi, was ist die grösste Herausforderung bei der Luya-Produktion?
Eine Herausforderung ist, dass die Nebenprodukte nicht standardisiert sind, weil sie bis anhin nicht zur (Wieder-)Verwendung genutzt wurden. Somit gibt es natürliche Schwankungen beispielsweise beim Protein oder auch beim Wassergehalt des Okaras. Wir möchten unseren Kunden jedoch ein möglichst konstantes Produkt liefern, so dass Luya immer gleich lecker ist. Deshalb müssen wir während der Produktion die Rohmaterialien sehr gut im Auge behalten. In Zusammenarbeit mit den Tofu-Herstellern sind wir stetig dran, die Okara-Lieferkette standardisierter aufzubauen, was uns mit den steigenden Volumen immer besser gelingt.

Flavio, wieso ist Luya DIE Wahl fürs Vegi-Menü zuhause?
Luya ist die perfekte Wahl für die gesunde und schnelle Alltagsküche: Ob im Thai-Curry, Züri-Geschnetzeltem oder kurz angebraten zum Salat. Dann sollte vor allem die kurze Zutatenliste unserer Produkte überzeugen! Luya besteht aus Bio-Okara und Bio-Kichererbsen – keine Zusatzstoffe und kein Gugus. Eine alternative Proteinquelle, die einfach und vielseitig eingesetzt werden kann und im Kühlschrank nicht fehlen sollte.

«Kreislaufwirtschaft rechnet sich einfach.»

Druckereien sind ein Relikt aus der Vergangenheit: Print ist tot. Diese Papierpreise kann man sich sowieso nicht mehr leisten. Farben sind pures Gift – das kann ja nicht nachhaltig sein. Wir haben 10 provokative Thesen zum Thema Kreislaufwirtschaft und Nachhaltigkeit aufgestellt – die Macher der Vögeli AG nehmen dazu Stellung und entkräften sie auf ihre eigene Art und Weise.

Druckereien sind ein Relikt aus der Vergangenheit: Print ist tot.

Markus Vögeli, Inhaber Vögeli AG

Papier und Karton sind sehr zukunftsfähige Stoffe. Sie bestehen aus erneuerbaren, natürlichen Rohstoffen, die bereits heute in geschlossenen Kreisläufen geführt werden können. Da gibt es viele Rohstoffe, wo noch gar nicht an Kreisläufe zu denken ist. Somit haben Druckprodukte in der Verpackung, aber auch in Kommunikationsmitteln eine grosse Zukunft vor sich.

Die heutigen Papierpreise kann man sich sowieso nicht mehr leisten.

Jean-Paul Fürst, Verkaufsleiter Vögeli AG

Die Preise für alle Rohstoffe werden in Zukunft steigen, denn sie werden zunehmend knapper und werden von den Menschen gleichzeitig verbraucht. Genau darum ist die Vögeli AG ein Pionier in der Kreislaufwirtschaft. Denn für die Zukunft unserer Gesellschaft ist es unabdingbar, dass Rohstoffe in Zukunft in Kreisläufen geführt werden.

Das Wort «Nachhaltigkeit» bedeutet für jeden etwas anderes – und kann gar nicht richtig definiert werden.

Julia Beyer, Kundenberaterin Vögeli AG

Natürlich hat jeder ein mehr oder weniger detailliertes Verständnis von Nachhaltigkeit und Ökologie, denn wir können nicht alle für alle Bereiche unseres Lebens genau wissen, was hinter der Bühne passiert. Genau deswegen ist es aber absolut notwendig, Nachhaltigkeit vollumfänglich zu definieren, um genau die Details, die vielleicht am meisten Schaden zufügen, auch auf dem Radar zu haben. Nur dank seriösen Zertifizierungen wie Cradle to Cradle Certified®, die den gesamten Fussabdruck abdecken, kann man sicher sein, dass jede Auswirkung mitinbegriffen ist.

Heute will sowieso niemand mehr in einer Druckerei arbeiten.

Martin Schlegel, Kundenberater Vögeli AG

Wir sind ein Unternehmen, das in der Kreislaufwirtschaft unterwegs ist. Dies ist ein Thema von starker Innovation. Innovative Firmen können immer interessante Arbeitsplätze für qualifizierte Leute bieten.

Kreislaufwirtschaft ist nur eine von vielen weiteren Modeerscheinungen.

Markus Vögeli, Inhaber Vögeli AG

Wenn Kreislaufwirtschaft nur ein Modethema ist, werden uns als Gesellschaft die Ressourcen ausgehen und die Produkte werden massiv teurer werden. Auch die Firma Apple nutzt bereits heute Kreislaufwirtschaft, weil es sich einfach rechnet. So stammt für die Herstellung der Akkus für iPhones heute schon 100 Prozent des Kobalts aus dem Kreislauf und bei anderen Materialien – wie beispielsweise seltenen Erden – sind es über 70 Prozent.

Papier und Druckerzeugnisse sind nur noch etwas für Nostalgiker.

Renato Vögeli, Inhaber Vögeli AG

Dem kann ich ganz klar widersprechen. Wenn bei uns ein spannendes Magazin oder eine Zeitung herumliegt, vertiefen sich unsere Kinder sehr konzentriert in dieses Medium. Print bietet die Möglichkeit, die Aufmerksamkeit von jungen Menschen zu gewinnen in einer ganz anderen Qualität, als das digitale Medien tun. Wir müssen die Menschen abholen und sie mit guten, nachhaltigen Inhalten bedienen. Das ist die Chance, Aufmerksamkeit zu erhalten und in Erinnerung zu bleiben.

Es gibt sicher noch andere Druckereien, die sich als nachhaltigste Druckerei der Schweiz bezeichnen.

Jean-Paul Fürst, Verkaufsleiter Vögeli AG

Zum Glück engagieren sich heute viele Druckereien im Bereich der Nachhaltigkeit, die Frage ist immer: wie? Die Cradle to Cradle-Zertifizierung gilt als der Königsweg, weil sie weit über herkömmliche Umweltzertifikate hinausgeht. Während viele Nachhaltigkeitslabels einzelne Aspekte wie CO_2-Reduktion oder den Einsatz von Recyclingmaterialien bewerten, stellt Cradle to Cradle sicher, dass sämtliche verwendeten Materialien gesund für Mensch und Umwelt sind, im Kreislauf bleiben und dass die Herstellung auch im Bereich CO_2 und Wassermanagement sowie der sozialen Verträglichkeit nachhaltig erfolgt.

Magazine und Geschäftsberichte erscheinen heute praktisch nur noch online.

Renato Vögeli, Inhaber Vögeli AG

Wenn das Ziel ist, dass die Geschäftsberichte und Magazine gelesen werden, muss man diese in physischer Form an die Empfänger senden. Print ist langlebig, wird in einer ruhigen Minute in die Hände genommen und gelesen. Oft sogar von mehreren Personen, wenn das Magazin oder der Bericht im Büro oder zuhause herumliegt. Ich bin überzeugt, dass man nur so die Leute dazu bringt, sich tiefgründig in die Artikel einzulesen und dass man damit ein viel breiteres Publikum erreicht.

Farben sind pures Gift – so etwas kann ja nicht nachhaltig sein.

Martin Schlegel, Kundenberater Vögeli AG

Es kommt immer auf die Inhaltsstoffe an. Es ist auch möglich, Farben aus gesunden Inhaltsstoffen herzustellen. Solche Farben verwenden wir bei der Vögeli AG, ohne eine Qualitätseinbusse im Endprodukt zu haben. Um sicherzustellen, dass das auch so ist, verlassen wir uns auf den hohen Standard «Cradle to Cradle Certified®».

Nachhaltiges Drucken kann sich heute kein Mensch mehr leisten.

Julia Beyer, Kundenberaterin Vögeli AG

Wer heute regional druckt, zahlt einen signifikanten Teil für die Dienstleistung selbst und die Personen, die die Produktion bedienen. Der Aufpreis für ökologischen Materialien kommt hier noch dazu. Mit dem standardisierten Einsatz dieser Materialien und effizienten Produktionsprozessen kann ein grosser Teil kompensiert werden. Langfristig gesehen kann ein Produkt, welches viel bedenkliche Chemie enthält, nicht günstiger sein als ein Produkt, das ohne solche Bestandteile auskommt.

Zero Waste Mini-Leitfaden

Eine engagierte Zusammenarbeit für einen nachhaltigen und inspirierenden Zero Waste Leitfaden für Einsteiger: Cinzia Battistolo hat sich als Expertin für ein umweltbewusstes Grafikdesign Gedanken gemacht, wie man die Sensibilisierung am besten sichtbar machen kann – natürlich inklusive verantwortungsvoller Erstellung des Faltblattes. Sie erzählt, wie sie die Produktion von A bis Z begleitete.

Der ökologische Wandel ist ein kollektives Abenteuer, das Kreativität, Reflexion sowie persönliches und berufliches Engagement erfordert. Als Natalie Bino, Mitbegründerin und Projektleiterin des Vereins ZeroWaste Switzerland, mich mit der Gestaltung ihres «Zero Waste Mini-Leitfadens» beauftragte, sahen wir darin die Möglichkeit, Grafikdesign und Nachhaltigkeit zu verbinden, um ein praktisches, umweltfreundliches Werkzeug zur Sensibilisierung und Entdeckung von Zero Waste anzubieten.

Gestaltung eines zugänglichen und wirkungsvollen Tools

Die Herausforderung bestand darin, ein klares und inspirierendes Faltblatt zu entwerfen, das die Bevölkerung auf ihrem Weg zu einem Zero Waste Lebensstil begleiten kann. Nach mehreren Gesprächen mit Natalie entschieden wir uns für ein A4-Format, das auf geniale Weise so gefaltet wurde, dass es in eine Tasche passt, aber aufgeklappt zu einem lehrreichen Poster wird. Auf der einen Seite stehen theoretische Informationen, auf der anderen praktische Aktionen, die in der Küche aufgehängt werden können, um die Umsetzung neuer nachhaltiger Gewohnheiten zu erleichtern.

«Wir wollen möglichst viele Menschen dazu inspirieren, ihre Gewohnheiten zu überdenken.»

Drei Berufe vereint, um ein nachhaltiges Kommunikationsmittel zu erstellen

Das visuelle Design beinhaltete in jeder Phase durchdachte Entscheidungen: einfache und zugängliche Typografien, eine klare visuelle Hierarchie und ansprechende Illustrationen. Neben der ökologischen Grafik war es uns aber auch wichtig, dass die Materialien umweltfreundlich gestaltet sind, um die Werte von ZeroWaste Switzerland widerzuspiegeln. Dank der Beratung von Julia Beyer, Leiterin Westschweiz & Projektentwicklung bei Vögeli, wurde der Druck nach dem Cradle to Cradle Gold-Standard perfekt auf unsere Ambitionen abgestimmt: 100% rezyklierbares Papier (Pureprint nature Ivory 120 g/m²), schadstofffreie Druckfarben, umweltfreundliche lokale Produktion und eine angemessene Auflage.

«Der ökologische Wandel ist ein kollektives Abenteuer.»

Innovationen für eine nachhaltige Zukunft

Mit einer engagierten Druckerei wie Vögeli zusammenzuarbeiten, ist eine Selbstverständlichkeit. Obwohl diese Wahl eine grössere Investition für den Verein bedeutet, garantiert sie eine vollständige Übereinstimmung zwischen der Botschaft des Leitfadens und der Art seiner Herstellung. Dieses Projekt zeigt, wie wichtig es ist, unseren Beruf als Kommunikatoren zu überdenken: jede Produktion in eine verantwortungsvolle Handlung zu verwandeln, die mit den Werten der Nachhaltigkeit in Einklang steht.

Die Zusammenarbeit mit ZeroWaste Switzerland und Vögeli war eine bereichernde Mischung aus Kreativität, Innovation und Engagement. Als Grafikdesignerin hat sie mich daran erinnert, wie positiv sich unser Beruf auswirken kann, wenn unsere Kunden in die Umsetzung unserer gemeinsamen Überzeugungen investieren. Mit sechs Händen und einer Offsetdruckmaschine haben wir bewiesen, dass es möglich ist, ökologische Anforderungen, Druckqualität und innovatives Design miteinander zu verbinden.

Mit diesem «Zero Waste Mini-Leitfaden» wollen wir möglichst viele Menschen dazu inspirieren, ihre Gewohnheiten zu überdenken und sich Schritt für Schritt für einen ökologischen Wandel einzusetzen.

Besuch des Zero Waste Teams bei Vögeli AG in Langnau.

Der Verein ZeroWaste Switzerland: **zerowasteswitzerland.ch**

Cinzia Battistolo ist Expertin für nachhaltiges Grafikdesign – sie arbeitet in der Agentur aldine.ch

Bei Swiss Recycle wird der Kreislauf auch intern geschlossen

Swiss Recycle setzt sich mit seiner Vision «360° Kreislaufwirtschaft» für eine nachhaltige Kreislaufschliessung in der Schweiz ein. Dafür engagiert sich die Dachorganisation der Schweizer Recyclingsysteme nicht nur in wirtschaftlicher, ökologischer und gesellschaftlicher Hinsicht, sondern setzt auch intern auf möglichst zirkuläre Lösungen.

Swiss Recycle und seine Mitglieder haben sich in den letzten Jahren stetig weiterentwickelt. Die Dachorganisation denkt immer mehr über das Recycling hinaus und geht einen Schritt weiter im Kreislauf.

Schliesslich ist «Recycle» nebst «Repair», «Reuse» oder auch «Rethink» nur eine der 10 Re-Strategien, um eine nachhaltige Kreislaufwirtschaft in der Schweiz zu ermöglichen.

Um diesen Wandel gegen aussen zu tragen, hat sich der Verein bereits 2023 vom «-ing» verabschiedet und tritt seither als Swiss Recycle auf. Aus dem Nomen wird ein Verb, um noch aktiver zur Kreislaufschliessung in der Schweiz beizutragen und seine Vision «360° Kreislaufwirtschaft» zu verfolgen.

Vernetzungsplattformen und Wissenstransfer

Swiss Recycle bietet als das Kompetenzzentrum für Recycling und Kreislaufwirtschaft deshalb eine Partnerschaft an, um Branchenorganisationen, Gemeinden und Firmen auf dem Weg in eine zirkuläre Zukunft aktiv zu unterstützen – als Wissensvermittler, Vernetzer und Umsetzer.

An den Events wie dem jährlichen Recyclingkongress und Forum Kreislaufwirtschaft können sich die Partner austauschen und Synergien finden. Zudem sollen an den diversen Themenplattformen Best Practice-Beispiele beleuchtet und gemeinsam Lösungen angestossen werden. Und mit den Anleitungen, Faktenblättern und Vorlagen der digitalen Toolbox kann das Gelernte dann gleich in der eigenen Organisation umgesetzt werden.

Interne Nachfolgelösung für eine zirkuläre Zukunft

Nicht nur bei Materialien schliesst der Verein Kreisläufe, sondern auch personell. So erfolgte nach 14 Jahren eine interne Nachfolgelösung. «Gemeinsam mit meinem Team konnte ich in den letzten Jahren den Weg in Richtung Kreislaufwirtschaft ebnen. Dieser Weg wird nun von der nächsten Generation weitergegangen», so der frühere Geschäftsführer Patrik Geisselhardt.

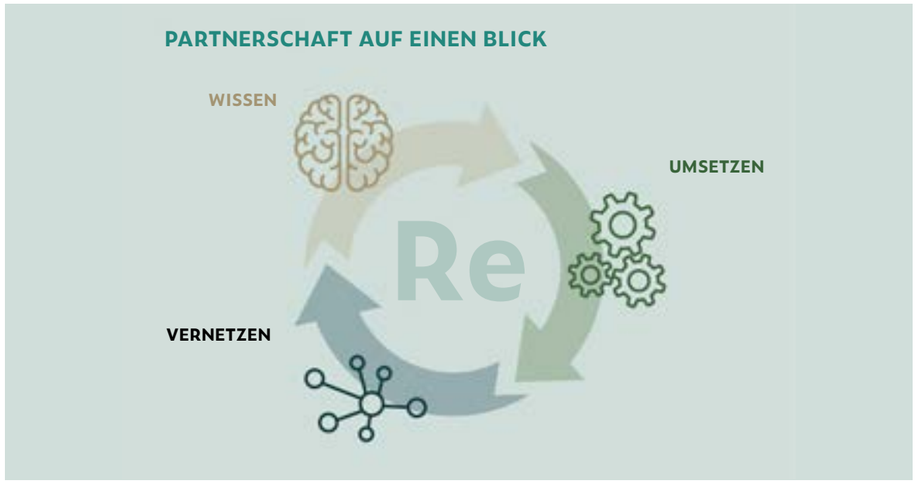
Seit dem 1. März 2025 bilden Rahel Ostgen und Viviane Pfister die neue Co-Geschäftsleitung von Swiss Recycle. Die zwei engagierten Frauen sind keine unbekannten Gesichter, sondern beide schon seit mehreren Jahren erfolgreich für Swiss Recycle tätig.

Rahel Ostgen hat als Leiterin Kreislaufwirtschaft die Entwicklung von Swiss Recycle mitgestaltet und konnte bereits komplexe Projekte wie den Aufbau eines Recycling-

Viviane Pfister und Rahel Ostgen (v.l.)

systems von Kunststoffverpackungen und Getränkekartons erfolgreich umsetzen. Viviane Pfister hat als Leiterin Marketing und Kommunikation die aktuelle Sensibilisierungsarbeit entwickelt und die Strahlkraft der Dachorganisation erhöht.

«Durch die Co-Geschäftsleitung können Rahel und Viviane ihre vielfältigen Stärken optimal bündeln und sie zielgerichtet zur Verfolgung unserer Vision «360° Kreislaufwirtschaft» in der Schweiz einsetzen», ist Christine Wiederkehr-Luther, Präsidentin von Swiss Recycle, überzeugt.



Cradle to Cradle in der Kommunikation

Die Vision von «360° Kreislaufwirtschaft» beeinflusst auch die internen Prozesse der Organisation. So setzt der Verein bei seiner Printkommunikation seit 2024 auf das Cradle to Cradle-Prinzip, indem er mit der zertifizierten Druckerei Vögeli zusammenarbeitet.

Statt linearem Konsum und Verschwendung werden beispielsweise mit dem jährlichen Swiss Recycle Magazin Kreisläufe geschlossen, in denen alle verwendeten Materialien vollständig und ohne Qualitätsverlust wieder in den Produktionsprozess zurückfliessen können. «Cradle to Cradle wird auch als Königsdisziplin der Kreislaufwirtschaft betitelt und deshalb möchten wir auch in unserer Kommunikation darauf setzen. Mit unserem Partner Vögeli haben wir den optimalen Ansprechpartner dafür gefunden», erklärt Co-Geschäftsleiterin Viviane Pfister erfreut.

Swiss Recycle – www.swissrecycle.ch

Swiss Recycle ist die Dachorganisation der Schweizer Recycling-Systeme und steht als Kompetenzzentrum für hohe Qualität, Transparenz und nachhaltige Entwicklung bei allen 10 Re-Strategien. Er unterstützt seine unterschiedlichen Anspruchsgruppen, Materialkreisläufe zu schliessen.

Als eigenständige Non-Profit-Organisation ist Swiss Recycle kompetente Ansprechpartnerin in allen Fragen zu den Themen Separatsammlung, Recycling und Kreislaufwirtschaft. Der Verein sensibilisiert durch Kommunikationsarbeit für die drei Fokusthemen und zeigt den hohen Umweltnutzen einer Kreislaufschliessung in der Schweiz auf.

«Die Kunden entdecken unsere Weine auf eine spielerische Art.»

Vivien Monat unterhält das traditionelle Château de Favières mit seiner Bio-Weinkultur im waadtländischen Bugnaux-sur-Rolle. Im Interview erzählt er, wie nachhaltige Bewirtschaftung funktioniert, wieso er ein Spiel kreierte und warum er auf biodynamischen Wein setzt.

Ihr Schloss und Ihr Wein haben eine beeindruckende Familiengeschichte. Wo fängt man da am besten an?
Unsere Familie lebt mindestens seit 1432 in diesem Haus, doch unsere Weinbaugeschichte begann 1675, als mein Vorfahre Mathieu du Martheray beschloss, Reben auf seinem Landgut anzupflanzen. Generation für Generation, Jahrhundert für Jahrhundert, hat jeder meiner Vorfahren dieses Erbe bewahrt und weiterentwickelt. Zusammen mit meiner Frau Sabrina haben wir beschlossen, das Weingut zu übernehmen, uns hier niederzulassen und die kommenden Generationen grosszuziehen. Genau wie meine Vorfahren diese Erde geliebt haben, kümmern wir uns heute mit Hingabe und Sorgfalt um unsere Weinberge.

Heute produzieren Sie Ihren Wein biodynamisch. Warum?
Als wir das Weingut übernahmen, war die biodynamische Landwirtschaft für uns eine natürliche Entscheidung. Wir arbeiten mit dem Rhythmus der Natur – sowohl im Weinberg als auch im Keller. Er ermöglicht es uns, den Charakter unseres Terroirs voll zum Ausdruck zu bringen. Es geht nicht nur um Nachhaltigkeit, sondern auch um Authentizität. Wir möchten lebendige, ehrliche Weine kreieren, die die Energie und Leidenschaft unseres Guts widerspiegeln.

Welche Herausforderungen bringt eine solche nachhaltige Bewirtschaftung mit sich?
Biodynamischer Anbau erfordert ständige Aufmerksamkeit. Seit unserer Umstellung kümmern wir uns viel mehr um die Bedürfnisse der Reben und verzichten vollständig auf synthetische Pflanzenschutzmittel. Das ist anspruchsvoll, besonders angesichts der klimatischen Veränderungen der letzten Jahre, doch es ermöglicht uns, Trauben von aussergewöhnlicher Qualität zu erhalten und die Biodiversität rund um unsere Parzellen zu schützen.

Warum haben Sie das Thema Wein mit einem Spiel kombiniert?
Wein ist in erster Linie ein sinnliches und emotionales Erlebnis. Ich wollte die Verkostung interaktiver und spielerischer gestalten, damit man jeden unserer Weine auf eine neue Art und Weise entdecken kann. Die Idee für das Set entstand aus dem Wunsch, unsere Geschichte und unsere Werte mit unseren Söhnen zu teilen. So habe ich ein Spiel entwickelt, das die wichtigsten Ereignisse unseres Gutslebens nacherzählt. Das Ergebnis ist eine unterhaltsame und originelle Weinprobe, die Sinne und Neugier gleichermassen anspricht. Neben der Geschichte unseres Guts gibt das Spiel auch spannende Einblicke in die Weinbaugeschichte der Westschweiz.

Warum haben Sie Pierre-Abraham Rochat gewählt, um Ihre Geschichte zu illustrieren?
Pierre-Abraham ist ein aussergewöhnlicher Illustrator. Er hat ein feines Gespür für die Atmosphäre von Orten und vermag sie mit grosser Sensibilität und Tiefe darzustellen. Besonders schätze ich seine Arbeit mit Licht und Schatten. Seine künstlerische Handschrift passt perfekt zur Stimmung, die ich für das Set wollte. Er hat es geschafft, unser Universum und die Seele unseres Weinguts mit viel Kreativität und Eleganz zum Leben zu erwecken und das Erlebnis noch immersiver zu gestalten.

Ein einmalig nutzbares Set – oder könnte es eine zweite Verwendung finden?
Absolut. Wir haben das Set so gestaltet, dass es weiterverwendet werden kann. Es eignet sich als stilvolles Dekorationsobjekt oder zur Aufbewahrung besonderer Erinnerungen. Diese zweite Nutzungsmöglichkeit liegt uns am Herzen, denn sie entspricht unserem nachhaltigen Ansatz. Ebenso wurden die Box und das Spielfeld nach dem Cradle to Cradle Certified® Gold-Standard hergestellt. Das war dank der Zusammenarbeit mit der Druckerei Vögeli möglich. Sie haben mich in der Umsetzung dieses Spiels grossartig unterstützt und geholfen, kreative und wirtschaftliche Lösungen zu finden, damit dieses Projekt Realität werden konnte.

Wie reagieren Ihre Kunden auf das Spiel?
Wir haben das Spiel gerade erst eingeführt, aber die ersten Rückmeldungen sind äusserst positiv. Unsere Kunden schätzen dieses originelle Format, das ihnen eine spielerische Möglichkeit bietet, unsere Weine zu entdecken. Viele erzählen uns, dass sie schöne Momente mit Freunden oder Familie erlebt haben. Einige waren sogar überrascht, wie viel sie über Wein gelernt haben – und dies auf unterhaltsame Weise. Genau das war mein Ziel: Unsere Leidenschaft für unser Terroir und den Weingenuss auf eine neue, kreative Weise zu teilen.

Auf den Fersen von Daniel und Bernhard Wenger

Seit 100 Jahren mit beiden Füssen im Boden verankert. Der Schuhmarkt Langnau behauptet sich auch im Jahr 2025 gegenüber der immer härter werdenden Konkurrenz. Wir machten uns auf die Sohlen, betraten das Langnauer Familienunternehmen, sprachen mit den beiden Besitzern Daniel und Bernhard Wenger sowie den Verkäuferinnen und liessen uns anschliessend beim Kauf eines Trekking-Schuhs beraten.

Regen ist im Anzug; über dem Häleschwad oder gegenüber dem Dürsrütiwald hängt der Nebel tief. Erste leise Tropfen fallen auf den Hirschenplatz. Es herrscht ein erstaunlich emsiges Treiben an diesem Mittwochvormittag hier im Zentrum von Langnau. Mächtig erhebt sich der Hirschen und zeigt den Einheimischen und durchfahrenden Gästen, wo man hier gefälligst zmittaget oder znachtet.

Gleich nebenan, in einem alten Emmentaler Haus, ist der Schuhmarkt zuhause. Eine Traditionsfirma, die seit über 100 Jahren existiert; ein lebendiger Beweis, dass einheimisches Schaffen noch gefragt ist. Heidi, Katja, Doris, Esther, Marianne, Ursula, Helena, Dänu und Bärnu. Von Gerber über Zaugg bis Zürcher – von Jakob über Wenger bis Wüthrich. Mehr Emmentaler DNA geht fast nicht.

Eines ist klar: Wer sich heute im Schuh-Business bewegt, lebt höchstwahrscheinlich nicht auf grossem Fuss. Und trotzdem: Neben den grossen und teils internationalen Playern und dem Online-Handel schaffen es immer wieder kleinere und lokal verankerte Spezialisten, sich im Markt zu etablieren und zu überleben. So auch der Schuhmarkt Langnau.

«Die Menschen hier schauen zueinander, man ist sich nahe, kennt und schätzt sich.»

Persönlich, freundlich, gute Beratung und Spezialprodukte – so lautet die Maxime der Schuhmarkt-Macher Daniel und Bernhard Wenger. «Unsere wahren Heldinnen aber sind unsere Verkäuferinnen. Sie bilden das Gesicht unseres Geschäfts. Sie sind erfahren, kennen sich mit allen Details aus, lieben und leben ihren Job – und sie kennen unsere Kundinnen und Kunden», fasst Daniel Wenger die Vorzüge der sieben Fachkräfte zusammen.

Und dann der Standort. «Langnau ist per se attraktiv. Hier findet man noch alle Handwerke und Branchen, man kann alles kaufen, das lokale Gewerbe ist präsent und die Menschen kaufen regional ein», analysiert Bernhard Wenger. Und ergänzt: «Die Menschen hier schauen zueinander, man ist sich nahe, kennt und schätzt sich. Dank diesem Zusammenhalt und der Wertschätzung untereinander können wir überhaupt überleben.»

Auf geht's zur Schuhprobe. Ich oute mich als Wander- und Trekkingschuhliebhaber und lasse mir gleich an Ort und Stelle mehrere Modelle vorführen und probiere sie am.

Marianne Wüthrich ist die Spezialistin und hat auch schon eine Idee, in welche Richtung es im wahrsten Sinn des Wortes gehen könnte. «Als erstes muss ich wissen, ob du schwere Bergtouren oder lieber leichte Wanderungen unternimmst. Wanderst du lieber der Emme entlang oder steigst du auf den Napf?» Ich entscheide mich für leichte, wasserdichte Schuhe aus Goretex, sehr weich und leicht – mit einer tifigen Gummisohle. Am Ende des Anprobierens meint sie: «Dann ab auf den Höheweg zum Probelaufen...»

Der Langnauer Höheweg: Hier haben gefühlt Hunderte von Schuhmarkt-Kunden bereits ihre neuen Schuhe ausprobiert. «Wir schicken unsere Kunden immer zur praktischen Anprobe – einmal bergauf und danach wieder runter ins Dorf», schmunzelt Daniel Wenger. «Danach weiss jede und jeder, ob die Schuhe auch tatsächlich passen.» Und tatsächlich: Marianne hat nicht zu viel versprochen: Meine Lowa Innox Trekkingschuhe fühlen sich perfekt an; ich laufe durch den Regen, erklimme einen kleinen Hoger und wandere auf dem Dorfasphalt zurück zum Hirschenplatz.

Eigentlich ist der Fall klar: Der Schuh hat die Prüfung bestanden. Trotzdem lasse ich mir noch ein zweites Modell vorführen – einen Lederschuh, ebenfalls mit Goretex, ein bisschen schwerer, aber auch stabiler und natürlich wasserdicht. Schlussendlich entscheide ich mich dennoch für die leichte Variante. Doch damit ist der Kaufprozess noch nicht abgeschlossen: Marianne Wüthrich macht mich auf die richtige Sockenwahl aufmerksam – sie schwört auf flexible Merino-Wolle und besteht darauf, dass ich diese ebenfalls anprobiere – und tatsächlich: Sie sind wunderbar gepolstert und liegen kompakt am Fuss. Und vor allem: Es entstehen keine Druckstellen – die Socken schützen vor unangenehmen Reibungen und leiten den Feuchtigkeitstransport vom Fuss weg; so können weniger Blasen entstehen», erklärt die Spezialistin. Zum Schluss erkundigt sie sich noch nach Einlagesohlen. «Die meisten Kundinnen und Kunden kaufen diese noch hinzu. Es kommt darauf an, wie schlank dein Fussbett ist – manchmal muss man noch eine Halbsohle einfügen.» Ich entscheide mich dagegen – meine Füsse passen bereits optimal in die Schuhe – besser geht nicht. Die Wandersaison kann beginnen.

«Unsere Verkäuferinnen wissen, wie wir ticken, worauf wir Wert legen, und sie kennen die Kundinnen und Kunden und ihre Bedürfnisse seit Jahren.»

Mit ihrem Wander- und Trekkingsortiment etablieren sich die Emmentaler Schuhspezialisten in einem Spezialmarkt. «Mit unserem spezifischen Wissen können wir uns abheben und als Trekking- und Wanderschuhspezialisten positionieren. Alle unsere Verkäuferinnen sind personifizierte Expertinnen – nicht zuletzt, weil sie die Schuhe selbst regelmässig benutzen», argumentiert Daniel Wenger.

Doch das ist noch nicht der ganze Spezialmarkt. Die beiden Brüder haben sich auch in Sachen Sicherheitsschuhe einen schweizweiten Namen gemacht. «Wir verkaufen die Schuhe nicht einfach so, sondern erkundigen uns beispielsweise, in welchem Gelände und bei welchen Wetterverhältnissen sie zum Einsatz kommen.» Auch hier geht es um Fachkompetenz. Und Erfahrung. Kein Wunder, betreten Kunden aus der ganzen Schweiz den Schuhmarkt-Laden und lassen sich vor Ort beraten.

Apropos vor Ort: Nicht weniger als fünf der sieben Verkäuferinnen haben bereits ihre Lehre im Schuhmarkt absolviert. «Sie wissen, wie wir ticken, worauf wir Wert legen, und sie kennen die Kundinnen und Kunden und ihre Bedürfnisse seit Jahren», erklärt Bernhard Wenger stolz. Heidi beispielsweise ist seit 40 Jahren im Betrieb. Oder Ursula, sie ist für uns die Auswärtige. «Sie kommt aus Mirchel bei Konolfingen – das sind gute 15 Kilometer vom Langnauer Epizentrum entfernt», lacht Daniel Wenger.

Zirka 50 Prozent des Umsatzes generieren die Gebrüder Wenger mit Wander- und Sicherheitsschuhen sowie Gummistiefeln – dem dritten Spezialprodukt des Schuhmarkts. «Le Chameau» heisst die edle und allseits geschätzte Marke. «Jedes Paar ist handgefertigt und besteht aus hochwertigem Naturkautschuk», kommt Daniel Wenger ins Schwärmen. Mit ihren unterschiedlichen Sohlenprofilen eignen sich die Gummistiefel für Menschen, die sich in der Landwirtschaft, der Jagd oder im Angelsport bewegen. «Besonders bei Tierärztinnen und Tierärzten laufen die Modelle ausgezeichnet. Speziell zudem: Weil die Modelle von Hand gefertigt werden, werden sogar verschiedene Wadengrössen angeboten.»

«Wir schicken unsere Kunden immer zur praktischen Anprobe auf den Langnauer Höheweg.»

Gummistiefel, Trekking-, Wander- und Sicherheitsschuhe in Ehren: Natürlich gibts im Schuhmarkt Langnau von ganz normalen Halbschuhen über Laufschuhe bis zu Schwedenzoggeli alle möglichen Schuhvarianten zu kaufen. Das Wichtigste dabei: Die Menschen kommen fast alle im Laden vorbei und lassen sich persönlich beraten. «Der Online-Handel macht bei uns nur zirka drei Prozent aus. Wir können preislich mit den grossen Anbietern nicht mithalten – aber wir können uns mit unserer Fachkompetenz vor Ort unterscheiden», erklärt Daniel Wenger stolz.

Apropos Fachkompetenz vor Ort: Wie bereits angetönt ist der Zusammenhalt im Emmental ein zentraler Erfolgs- und teilweise auch Überlebensfaktor – auch wenn es um die Berücksichtigung des lokalen Gewerbes geht. «Für uns war von Anfang an klar, dass wir unsere Printerzeugnisse mit Vögeli drucken. Wir sind nicht nur sehr zufrieden mit der Druckqualität, sondern uns beeindruckt auch die nachhaltige Ausrichtung des Unternehmens. Und schliesslich pflegen wir den persönlichen Kontakt und nicht zuletzt sind sie auch gute Kunden», analysiert Daniel Wenger die Kooperation. Hier schliesst sich der Kreis. Oder mit anderen Worten: die Kreislauf-Wirtschaft.

Eine Reise durch Leadership und Zusammenarbeit

Thomas Nast ist Coach, Speaker, Trainer, Moderator und Autor von vier Büchern zum Thema nachhaltige Wirtschaft. Mit seinem kürzlich erschienenen vierten Werk «Oktokratie» schliesst sich für ihn ein Kreis. Nachfolgend erzählt Nast von seiner LP3-Buchreihe, seinen Visionen und lädt zum Weiterlesen ein.

«Als Autor der LP3-Buchreihe, die mit den Titeln Leader, Team und Partner für eine nachhaltige Wirtschaft bereits neue Massstäbe im Bereich Leadership und Zusammenarbeit gesetzt hat, präsentiere ich nun unser neuestes Werk: «Oktokratie – für sinnvolle, wirksame Zusammenarbeit.» Dieses Buch ist wieder in Zusammenarbeit mit David Fiorucchi entstanden. Es hebt die Vision von nachhaltigem Leadership und Zusammenarbeit auf eine neue Ebene, bei der nicht nur der Inhalt, sondern auch die Produktionsweise im Fokus steht – unterstützt durch die Zusammenarbeit mit der Vögeli AG.»

Vier Bücher, eine Vision

Meine Reise begann 2015 mit «Leader für eine nachhaltige Wirtschaft», das in Benaulim, Südgoa, unter schwierigen Bedingungen, aber mit einem klaren Ziel geschrieben wurde: Leadership greifbar und praxisnah zu machen. 2017 folgte ein «Team für eine nachhaltige Wirtschaft», das die Dynamik innerhalb von Teams beleuchtet. 2019 führte ein «Partner für eine nachhaltige Wirtschaft» diese Perspektive weiter und konzentrierte sich auf partnerschaftliche Zusammenarbeit über Teamgrenzen hinweg.

Oktokratie ist nun der logische nächste Schritt, nachdem wir drei Bücher zum Thema Leadership veröffentlicht haben. Diese Werke behandeln die Entwicklung von Leader-, Team- und Partnerschaftskompetenzen. Doch der Weg zu Oktokratie war nicht von Anfang an klar.

Der Entscheid

Als mich David Fiorucci, CEO von LP3 AG, in der zweiten Hälfte 2023 fragte, ob ich Lust habe, noch ein Buch zu schreiben, war meine Antwort ein klares Nein. Ich musste mir nach den ersten drei Büchern nicht mehr beweisen, dass ich schreiben und Bücher verfassen kann. Aber er machte mir das Thema immer wieder schmackhaft, bis ich schliesslich dennoch zusagte. Bücher sind zudem greifbar – man kann sie berühren und haptisch erleben. Sie dienen als wertvolle Ergänzung und Nachschlagewerke nach Weiterbildungen.

Oktokratie: Nachhaltigkeit trifft Zusammenarbeit

In Oktokratie – für sinnvolle, wirksame Zusammenarbeit widmen wir uns der Frage, wie oktokratische Organisationen durch Eigenverantwortung und Zusammenarbeit effektiver werden können. Die Herausforderung beim Verfassen dieses Buches lag darin, komplexe Zusammenhänge der agilen Zusammenarbeit und der digitalen Transformation so einfach wie möglich zu beschreiben.

Das Buch wurde mit der Unterstützung der Vögeli AG produziert, einer Vorreiterin im Bereich nachhaltiger Druckverfahren. Als weltweit erste Druckerei mit Cradle to Cradle Gold-Zertifizierung kombiniert Vögeli Tradition und Innovation und setzt neue Standards für umweltfreundliche Druckprodukte. Zusätzlich gründete ich, zusammen mit meinem Sohn Elias, den eigenen Verlag jahr+tag (jahrundtag.com), um den gesamten Prozess – vom Schreiben über das Drucken bis hin zum Vertrieb – selbst in die Hand zu nehmen.

Technologie als Begleiter

Meine Schreibprozesse spiegeln den Wandel der Technologie wider. Von der IBM Kugelkopf-Schreibmaschine in einem Werk der achtziger Jahre über tragbare WLAN-Geräte bis hin zur Unterstützung durch KI-Tools wie ChatGPT – jede Etappe brachte neue Möglichkeiten, das Schreiben zu verbessern, ohne die Authentizität der Botschaft zu verlieren.

Eine Einladung zum Weiterlesen

Alle vier Bücher spiegeln nicht nur meinen beruflichen Weg wider, sondern auch die Evolution von Leadership und Zusammenarbeit:

- Leader für eine nachhaltige Wirtschaft: Erlebbares Leadership, verständlich und praxisnah.
- Team für eine nachhaltige Wirtschaft: Ein Blick auf die Dynamik innerhalb von Teams.
- Partner für eine nachhaltige Wirtschaft: Inspiration für partnerschaftliche Zusammenarbeit.
- Oktokratie für sinnvolle, wirksame Zusammenarbeit: Agile Arbeitsweisen treffen Leadership.

Netto-Null auf ganzer Linie

Wir werden immer öfter gefragt, ob wir eine CO_2-Bilanz machen. Natürlich machen wir sie, und finden, die Frage sollte eher sein, warum sollten wir keine machen? Denn heutzutage wird es immer wichtiger, seinen Fussabdruck genau zu kennen und Klimaschutz ehrgeizig anzugehen.

Die erste CO_2-Bilanz haben wir nicht für unsere Kunden, sondern für uns gemacht. Bereits vor 15 Jahren. Wir wussten, dass wir durch den Neubau unserer Produktionshalle 96% unseres Energieverbrauchs für die Klimatisierung gesenkt hatten und wollten wissen, wie unsere Emissionen nun im Verhältnis zueinander stehen. Mit der neuen Lüftungs- und Klimatisierungsanlage mit Grundwasserkühlung konnten wir nicht nur die Energieeffizienz massiv steigern, sondern auch die Abwärme effektiv zurückgewinnen. Diese wird in der Produktionshalle aufgenommen und zur Heizung aller Räume in unserem Betrieb genutzt.

Zusammen mit einer guten Isolierung waren wir also am Maximum der Energieeffizienz unserer Produktion angelangt. Für die restliche Energie – ausschliesslich Elektrizität – beziehen wir seit 2009 zu 100% Schweizer Ökostrom, der naturemade star-zertifiziert und somit nicht nur erneuerbar ist, sondern zusätzlich in Schweizer Biodiversitätsprojekte investiert. Zusätzlich haben wir auf unserem Dach eine grosse Photovoltaikanlage installiert.

Wie geht's weiter? Wo lang?

Eine CO_2-Bilanz ist an erster Stelle ein Orientierungswerkzeug. Es hilft uns, zu sehen wo wir stehen und wo wir uns noch verbessern können. Rückblickend können wir so auch kontrollieren, ob unsere Verbesserungen den gewünschten Effekt erzielt haben. Als wir 2010 die ersten Zahlen gesehen haben, gab es einige Überraschungen. Zum einen positive, denn unsere direkten Emissionen waren im Industrievergleich schon tief. Jedoch mussten wir feststellen, dass wir ohne komplette Entfernung der fossilen Brennstoffe nicht weiterkommen. Die Arbeitsfahrten unserer Mitarbeitenden und unserer Transporter stiessen immer noch CO_2 in die Luft, und zwar täglich. Über die Jahre hinweg haben wir daher alle Firmenfahrzeuge auf elektrisch umgestellt und tanken sie mit Schweizer Ökostrom. So ist es uns gelungen seit 2022 unsere direkten Emissionen – inkl. Stromverbrauch aus Scope 2 - auf null zu senken.

«Seit fast 20 Jahren drucken wir ohne fossile Energien, aus Überzeugung.»

Klimaneutrales Drucken

Unsere letzte Meile zur echten Klimaneutralität liegt nun in den indirekten Emissionen. Unsere indirekten Emissionen beinhalten hauptsächlich den CO_2-Fussabdruck unserer Lieferanten.

Gerade die herkömmliche Papierproduktion stösst viel CO_2 aus, vor allem im Trocknungsprozess. Um Cradle to Cradle-zertifizierte Druckprodukte zu produzieren, arbeiten wir mit umweltfreundlichen Papieren, deren Produzenten bei allen Nachhaltigkeitsfragen, und daher auch der CO_2-Reduktion, die Nase vorne haben. Effizienz und erneuerbare Energien verstehen sich bei allen als Priorität.

Die weiteren unvermeidlichen Emissionen werden dann noch durch den Kauf von Zertifikaten ausgeglichen, die Projekte finanzieren, die die ausgerechnete Menge CO_2-äquivalenten Tonnen vermeiden. Wir stehen dieser Art von Kompensation skeptisch gegenüber, denn im Vordergrund sollte immer zuerst die Vermeidung der Emissionen stehen. Die Anforderungen der Cradle to Cradle-Zertifizierung sind daher klar: Zuerst reduzieren, dann so viel wie möglich mit erneuerbaren Energien decken und erst dann kompensieren.

Unsere Kunden können sich bei der Wahl von Cradle to Cradle-Materialien also an einem klimaneutralen Druckprodukt erfreuen.

Cradle to Cradle als Vorreiter

Schon als wir 2018 als allererste Druckerei weltweit 100% ökologische und kreislauffähige Drucksachen produzieren durften, war der geringe CO_2-Ausstoss in den Papieren ein wichtiger Aspekt. Die Norm Cradle to Cradle Certified® verlangt von den zertifizierten Produzenten Energieeffizienz und den Wechsel auf erneuerbare Energien. Wir finden diese Vorgehensweise kohärent und zukunftsweisend.

Noch wichtiger beurteilt Cradle to Cradle die Materialgesundheit und Kreislauffähigkeit und geht hier bedeutend weiter als anderen Normen und Zertifizierungen. Daher sind wir stolz, aktiv zum Aufbau dieser neuen zukunftsfähigen Wirtschaft beisteuern zu können.

Klimaschutz ist eine weltweite Priorität, jedoch nicht die einzige. Es braucht zu jeder Zeit ein ganzheitliches Denken, denn alle umwelttechnischen und sozialen Probleme sind miteinander verbunden. Und das ist dank dem Cradle to Cradle-Ansatz - von der Wiege zur Wiege - garantiert.

«Das Ernährungsbewusstsein hat sich zum Glück verändert.»

Rachel Kuhn wuchs vegetarisch auf und kann sich nicht mehr erinnern, wann sie zum letzten Mal Fleisch gegessen hat. Mittlerweile hat die Köchin längst auf veganes Essen umgestellt, bietet dementsprechende Kochkurse an und hat ein veganes Kochbuch lanciert. Ein Gespräch über Haltung, Werte und nicht zuletzt die vegane Ernährung.

Frau Kuhn, wann haben Sie zum ersten Mal etwas von veganem Kochen gehört?
Rachel Kuhn: Genau weiss ich das nicht mehr, aber es ist schon lange her. Ich war vielleicht 20.

Was war der Antrieb, auf vegane Ernährung umzustellen?
RK: Ich bin vollständig vegetarisch aufgewachsen. Für mich war von Anfang an klar, dass Fleisch für mich nie infrage kommen würde. Der Antrieb, auf vegane und pflanzenbasierte Ernährung umzustellen, war ein ganz natürlicher.

Wie haben Sie diesen Prozess persönlich erlebt – in Ihrer Familie, in Ihrem persönlichen und beruflichen Umfeld?
RK: Es war nicht so einfach. Ich musste feststellen, dass die Ernährung für jede und jeden etwas anderes bedeutet; es ist eine sehr persönliche Sache. Manche Menschen tun sich schwer, liebgewonnene Ess-Gewohnheiten aufzugeben und auf eine tier- und klimafreundliche Ernährung umzustellen.

In den letzten Jahren gab es ja einen regelrechten Boom rund um das vegane Kochen – worauf führen Sie das zurück?
RK: Das Ernährungsbewusstsein hat sich verändert. Viele Menschen haben herausgefunden, dass sie auf Fleisch oder auch Milchprodukte verzichten können – und sie wollen einen persönlichen Beitrag zu einer fairen Tierhaltung und gegen die Klimaerwärmung leisten.

Wann haben Sie zum letzten Mal Fleisch gegessen und was haben Sie dabei empfunden?
RK: Ich kann mich nicht daran erinnern, da ich vegetarisch aufgewachsen bin.

Sie organisieren einen veganen Kochkurs – erzählen Sie doch mal davon.
RK: Wir wollen den Leuten aufzeigen, dass veganes Kochen nicht einfach nur ein Trend ist, sondern auch köstlich schmeckt. Dabei treffen wir immer wieder auf zahlreiche Interessierte, die bereit sind, die zahlreichen Alternativen der veganen Küche auszutesten.

Mit Ihrem Kochbuch stehen Sie in grosser Konkurrenz – es gibt unzählige vegane Kochbücher. Wie können Sie sich da unterscheiden?
RK: Unser Kochbuch ist speziell: Wir präsentieren für jeden Monat sieben feine Rezepte, die auf biologischen, saisonalen und regional produzierten Zutaten basieren. Wir beweisen, dass veganes Essen nicht nur Spass macht und schmeckt, sondern auch vitaminreich und gesund ist.

Apropos: Warum soll man auf biologische Produkte setzen?
RK: Weil sie geschmacklich deutlich besser sind. Und weil eine Ernährung ohne Pestizide, Insektizide, Herbizide oder Reste von Tierarzneien und ohne Gentechnik klar gesünder sind.

Für viele Menschen ist die Umstellung auf die vegane Ernährung zu radikal. Raten Sie interessierten Personen, die sich für die vegane Küche interessieren, sich erstmals vegetarisch zu ernähren?
RK: Vegetarische Ernährung hilft, damit sich die Menschen auch für veganes Kochen interessieren. Wer also den Einstieg über den Vegetarismus schafft, kann sich später leichter für veganes Essen begeistern.

Mittlerweile gibt es ja viele sogenannte Flexitarier – solche, die gerne mal vegan oder vegetarisch kochen – aber ab und zu immer noch Fleisch essen. Wie wichtig ist es für Sie, dass sich Menschen rein vegan ernähren?
RK: Unser Standpunkt ist klar: Wir empfehlen einzig die vegane Ernährung. Gute Argumente dafür gibt's genug.

Immer mehr Menschen schauen, dass sie sich regional, saisonal und biologisch ernähren. Was bedeutet dieser Trend für die vegane Küche?
RK: Ich halte diese Entwicklungen für ausserordentlich wichtig – schon alleine wegen der allgemeinen Klimaentwicklungen. Je mehr Leute wir für die veganen Küche begeistern können, desto besser.

Apropos Buch: Wie wichtig ist es für Sie, dass «Veganes Kochen» von einer Druckerei produziert wurde, die ökologisch druckt?
RK: Das musste natürlich sein. Wir sind sehr glücklich, dass Vögeli unser Buch nach dem Prinzip der Kreislaufwirtschaft produzierte.

Zum Schluss: Welches ist Ihr persönliches Lieblingsrezept?
RK: Jetzt, wo der Sommer kommt: Ein wunderbar-duftendes Ratatouille aus regionalen Produkten.

«Echtheit entsteht auf Herzensebene.»

Esther Mottier, ihre Familie und ihr Team bauen seit 18 Jahren ein innovatives Projekt in Château-d'Œx auf. Das Kompetenzzentrum für Wandel bringt kreislauffähige Lösungen in den Bereichen Landwirtschaft, Ernährung, Bildung, Tourismus, Bauwesen, Ressourcenmanagement und Gesundheit zusammen. Ein Gespräch über die Bildung eines eigenständigen Ökosystems.

2024 war für Ihr Projekt «Votre Cercle de Vie» – ein Kompetenzzentrum für den Wandel, ein entscheidendes Jahr. Erzählen Sie uns bitte mehr davon.
Esther Mottier: Das letzte Jahr werden wir so schnell nicht vergessen. Es war geprägt von intensiven Emotionen und grossem Engagement – und wir konnten dabei gleich zwei entscheidende Etappen meistern: das öffentliche Auflageverfahren mit anschliessenden Schlichtungsgesprächen sowie die Abstimmung der Gemeinderatskomission vom 12. September 2024, in der unser Projekt bestätigt wurde. Zudem haben wir intensiv kommuniziert – sei es mittels Schlichtungsverfahren, mit unseren zahlreichen Projektpräsentationen oder unserer Crowdfunding-Kampagne. Das Crowdfunding hatte zwei Ziele: die Finanzierung dieser Phase und das Sammeln schriftlicher Unterstützung, um das breite Netzwerk von Menschen, die hinter diesem Projekt stehen, sichtbar zu machen.

Welche Erinnerungen haben Sie an diesen Moment?
EM: Die Gemeinderatskomission war öffentlich, die Abstimmung jedoch geheim. Ein grosser Teil unseres Teams war anwesend, ebenso unsere beiden älteren Kinder – stellvertretend für die kommenden Generationen. Dieser Moment war unglaublich emotional, und als das Ja verkündet wurde, war die Erleichterung und Freude im ganzen Raum spürbar. Diese Entscheidung zeigt, dass zukunftsweisende Projekte wie «Votre Cercle de Vie» auch in einer mittelgrossen Berggemeinde Realität werden können. Nun steht noch die letzte Hürde bevor: die offizielle Genehmigung des Kantons und die Rekursfrist. Danach können wir unsere Vision endlich in die Tat umsetzen.

Welche kommunikativen Herausforderungen sind auf Sie zugekommen?
EM: «Votre Cercle de Vie» vereint zahlreiche kreislauforientierte Lösungen in den Bereichen Landwirtschaft, Ernährung, Ressourcen- und Abfallmanagement, Gesundheit, Bildung und Bauwesen – und bildet so ein eigenständiges Ökosystem. Das Projekt richtet sich an die gesamte Bevölkerung – von Einheimischen bis zu Besucher, von Einzelpersonen bis zu Unternehmen und Institutionen. Unser Ansatz ist systemisch, und genau diese ganzheitliche Vision ist oft schwer in wenigen Worten oder einem einfachen Slogan zu vermitteln. Unser Leitsatz «Votre Cercle

Esther Mottier, Tochter einer Bauernfamilie, wuchs im Simmental auf, bevor sie sich in Château-d'Œx niederliess. Die in Naturheilkunde ausgebildete Inhaberin des Bioladens und des Bed & Breakfast interessiert sich für Natur und Gesundheit. Die Betreiberin und Mitgründerin von «Votre Cercle de Vie» sorgt mit ihrer Energie und Grosszügigkeit dafür, dass sich alle auf dem Bauernhof wohl fühlen.

de Vie – Für ein Leben in Harmonie» spiegelt diesen holistischen Ansatz wider.

Auf welche Themen legten Sie besonderen Wert?
EM: Unser Ziel ist es, diese Vielschichtigkeit verständlich zu kommunizieren, ohne dass sie kompliziert wirkt – denn letztlich ist sie nichts anderes als die natürliche Vielfalt des Lebens. Daher passen wir unsere Kommunikation an die Interessen unserer Gesprächspartner an und vermitteln über spezifische Aspekte unsere tiefsten Werte: den Dienst am Leben.

Wie können wir uns das konkret vorstellen?
EM: Wir setzen auf persönliche Begegnungen, da echte Beziehungen auf Herzensebene entstehen. Viele Menschen möchten uns persönlich kennenlernen – ein Zeichen dafür, dass der direkte Austausch nachhaltiger wirkt als digitale Inhalte. Deshalb organisieren wir 2025 öffentliche Events wie den 1. Augustbrunch. Virtuell funktioniert das Format «Podcast» für uns besonders gut. Während unseres Crowdfundings haben wir Podcast-Folgen über verschiedene Projektaspekte veröffentlicht, ergänzt durch Video-Meetings zum Austausch. Für 2025 planen wir neue Episoden, in denen ich von den 16 Jahren des Projekts und den Erfahrungen mit meiner Familie und unserem Team erzähle.

Seit über zehn Jahren setzt ihr euch für Nachhaltigkeit ein. Habt ihr ein Geheimrezept, um trotz Kritik integer zu bleiben?
EM: Unser Ansatz ist zutiefst menschlich – geprägt von Zuhören, Langfristigkeit und lösungsorientiertem Denken. Ein Geheimrezept ist wohl individuell. Für mich persönlich war eine spezielle Ausbildung hilfreich, die mir innere Stille und eine Herzenszentrierung vermittelt hat. Sie hilft mir, auch in hitzigen Diskussionen ruhig und gelassen zu bleiben. Diese Haltung schafft Raum für Lösungen und verhindert vorschnelle Urteile.

Welche Auswirkungen hat dieses Denken?
EM: Diese Methode hat sich bewährt – sei es in Gesprächen mit dem Kanton, der Gemeinde, der lokalen Bevölkerung oder unseren Partnern. Wenn man mit dem Herzen spricht, kann selbst in schwierigen Momenten ein Dialog entstehen, aus dem eine Lösung hervorgeht, die für alle Seiten stimmig und damit nachhaltig ist. Die Wahrnehmung des Projekts ist so vielfältig wie die Menschen selbst. Ich habe grosses Glück mit meiner Familie: Mein Mann Nicolas, unsere drei Kinder Laurent, Alissia und Sayan sowie meine zwei Schwestern und meine Mutter sind eine starke Stütze. Unser Team ist aussergewöhnlich – engagiert, offen und überzeugt von unserer Vision.

Wie wird das Projekt von aussen wahrgenommen?
EM: Es gibt viele Menschen in unserer Region, die das Projekt unterstützen – sei es als Kunde unseres Ladens oder als Fürsprecher. Und dann gibt es jene, die Einsprache erhoben haben, das Projekt nicht verstehen oder infrage stellen. Ich denke, man muss akzeptieren, dass jeder eine eigene Meinung hat. Wir wollen allen trotz unterschiedlicher Ansichten offen und respektvoll begegnen.

Wie entstand eigentlich die Idee für ein Kartenspiel zur Biodiversität?
EM: «Votre Cercle de Vie» setzt sich stark für Biodiversität ein. Nicolas und ich engagieren uns seit Jahren in diesem Bereich – durch biodynamische Landwirtschaft, Workshops für Schulen und Unternehmen. Ich bin zudem als Naturheilpraktikerin fasziniert von Pflanzen in all ihren Facetten – insbesondere von ihren oft unterschätzten gesundheitlichen Vorteilen. Schon lange träumte ich davon, dieses Wissen spielerisch zu vermitteln. Die Gelegenheit bot sich durch unser Crowdfunding, das es uns ermöglichte, das Kartenspiel mit Pflanzen-Workshops zu kombinieren und damit einen konkreten Beitrag zur Biodiversität zu leisten.

Woher kam die Inspiration zu eurem farbenfrohen Design?
EM: Die Gestaltungselemente hatte ich schon lange im Kopf. Die im Spiel vorgestellten Sträucher sind genau jene, die wir im Rahmen unseres Agroforst-Gartens pflanzen. Da unser Team über entsprechende Kompetenzen verfügt, konnten wir das Design intern umsetzen.

Mussten Sie das Design anpassen, um die Cradle to Cradle Gold-Zertifizierung zu erreichen?
EM: Wir haben das Spiel von Anfang an in Zusammenarbeit mit der Vögeli AG konzipiert; mit ihnen sind wir seit drei Jahren eng verbunden. Einige Anpassungen waren notwendig – etwa die Grösse der Karten, um den Druckprozess zu optimieren und den ökologischen Fussabdruck weiter zu minimieren. Aber für uns war von Beginn an klar: Das Spiel wird Cradle to Cradle produziert – aus purer Überzeugung und im Sinne maximaler Konsistenz mit unseren Werten.

Die Bedeutung von «Cercle de vie»

Alles im Leben ist ein Kreislauf, und wir als Menschen sind in verschiedenste Kreisläufe eingebunden. Zum Beispiel beschreibt der Tag/Nacht-Rhythmus die immer wiederkehrenden Jahreszeiten, die Sonne, den Mond und die Erde. Alles kommt und geht im ewigen Kreis des Lebens. Gehen wir mit diesen natürlichen Kreisläufen mit und fühlen wir uns als ein Teil davon, so ist das Leben von Sinn und Kraft erfüllt.

Der Name «Votre Cercle de Vie» bezieht sich auf den ganzheitlichen Ansatz unseres Unternehmens. Es geht um die Schaffung einer Kultur der Begegnung, der Achtsamkeit, der Rücksichtnahme und des Gemeinwohls; um den Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung und zur Nutzung des Potenzials jedes Einzelnen in den verschiedenen Lebenszyklen.

GOLD für den biologischen Kreislauf

Zuerst war der Ausstieg des Farbenlieferanten Green4Print ein Schock für die Vögeli AG. Doch dann entschieden sich die Emmentaler Kreislaufwirtschafts-Pioniere, die Rezeptur zu kaufen, neu zertifizieren zu lassen und unter dem bestehenden Namen «Emerald» und dem Standard 4.0 selbst zu produzieren. Markus Vögeli erzählt, wie es dazu kam.

Vor drei Jahren erhielten wir von unserem Farblieferanten die Meldung, dass sie aus dem Geschäft aussteigen. Das war natürlich ein Schock und eine Herausforderung zugleich. Zuerst haben wir gemeinsam mit ihnen versucht, einen neuen Farbenhersteller zu finden, der das Geschäft übernimmt – leider ohne Erfolg. Also entschieden wir uns, die Rezeptur selbst zu kaufen, neu zu produzieren und zu vertreiben.

«Wir kauften die Rezeptur und gründeten dafür eine eigene Firma.»

Für den gesamten Übernahmeprozess gründeten wir eine eigene Firma namens Future4Print AG. Gleichzeitig mussten wir die Rezeptur neu zertifizieren lassen – und dies unter neuen, strengen Norm 4.0 von Cradle to Cradle Certified®. Dabei eigneten sich zwei Bestandteile der Rezeptur für eine erneute Zertifizierung nicht mehr. Und für weitere zwei Bestandteile wurden uns die nötigen Informationen von den Lieferanten nicht mehr ausgehändigt. Das heisst, wir mussten diese in der Rezeptur austauschen und neu austesten.

Der gesamte Prozess dauerte 19 Monate – die Zertifizierung auf Stufe GOLD erhielten wir im August 2024 – GOLD bedeutet, dass alle Inhaltsstoffe unbedenklich und sicher für die biologischen Kreisläufe sind. Mit der ersten Produktion testeten wir die Farbe in kleinen Mengen – und durften feststellen, «Emerald» genau so gut funktioniert wie die einstige Vorgängerversion.

Aktuell produzieren wir eine Menge von einer Tonne Farbe noch immer in Form einer Testmenge, weil wir sie einem Langzeittest unterziehen wollen. Sobald wir die für uns wichtigsten Erkenntnisse haben und das Ergebnis positiv ausfällt, werden wir die Produktion und den Vertrieb ausrollen.

Wieso aber haben wir diesen Aufwand betrieben und uns nicht einfach auf eine alternative Farbvariante beschränkt?

«Die Zertifizierung GOLD bedeutet, dass alle Inhaltsstoffe unbedenklich und sicher sind.»

Vor allem, weil es zahlreiche Gründe gibt, die für «Emerald» sprechen. Einerseits gilt sie aus Sicht der Bestandteile als die gesündeste Farbe auf dem Markt. Im Vergleich zu anderen lebensmittelechten Farben trocknet sie aber selbst. Denn: Andere Farben verwenden Trockenstoffe, die für eine lebensmittelechte Farbe nicht verwendet werden dürfen. Der Verzicht auf diese Trockenstoffe bedeutet aber in diesen Fällen offenbar, dass die Farbe nicht mehr trocknet. Bei «Emerald» ist dies nicht der Fall, weil die Trocknung auf einem anderen Konzept beruht.

«Emerald gilt aus Sicht der Bestandteile als die gesündeste Farbe, die auf dem Markt erhältlich ist.»

Kommt hinzu, dass die Farbe technisch sehr leistungsstark ist und sehr schnell in Farbe kommt. Neben dem Trocknungsprozess ist sie sehr stabil und kommt konsistent in Tönen zum Tragen. Ausserdem schont «Emerald» die Farbwalzen und ist gesund für die an der Maschine arbeitenden Druckfachleute.

«Emerald» funktioniert in der Verarbeitung besser als jede herkömmliche Farbe. Aus rein technischer Sicht sind keine Anpassungen am System notwendig. Will heissen, dass jede Druckerei von heute auf morgen darauf umstellen kann. Dies ist umso wichtiger, weil die Druckerei sofort weiterproduzieren muss. Das ist ein entscheidendes Argument; eine ökologische Transformation kann nur erfolgreich sein, wenn die Funktionsfähigkeit und die Qualität gewährleistet sind und eine Umstellung keine zusätzlichen Kosten bedeutet.

«Ökologische Umstellungen müssen einwandfrei und ohne Zeitverlust funktionieren.»

Unser Fazit: «Emerald» stellt für uns die zukunftsfähigste Farbmischung dar. Wir wissen, welche Stoffe in der Farbe beinhaltet sind und können unseren Kunden versichern, dass wir ein enkeltaugliches Produkt produzieren und einsetzen.

Für uns ist ausserdem klar, dass «Emerald» nicht nur in der Schweiz vertrieben, sondern künftig auch in ganz Europa eingesetzt werden soll – hier sind wir zurzeit daran, den Markt aufzubauen.

Gewerbe-Spiel statt Monopoly

Wer hat nicht schon davon geträumt, sich ein Firmen- oder Immobilienimperium aufzubauen? Und vielleicht den einen oder andern Konkurrenten zur Verzweiflung zu bringen? Die Rüegg Management GmbH macht's möglich, wenn auch nur zum Spass. Das selbst entwickelte und auf Monopoly sowie Leiterlispiel basierende Gewerbe-Spiel kann auf unterschiedlichste Bedürfnisse zugeschnitten werden und eignet sich hervorragend als hochwertiges Kundengeschenk von KMU für KMU.

Den entscheidenden Anstoss gab der Corona-Lockdown 2020: Thomas Rüegg verbrachte die Ferien mit seinen beiden Kindern, damals 12- und 13-jährig, auf einem Campingplatz und versuchte, den beiden handyaffinen Teenagern den Reiz von Brettspielen nahezubringen. Und zwar nicht einfach durch das Vorsetzen eines bereits existierenden, sondern durch das eigenständige Ausarbeiten und Austesten eines eigenen, spannenden Spiels für zwei bis sechs Mitspielende. Und auch nicht ohne Hintergedanken, denn schon seit einiger Zeit beschäftigte sich Rüegg mit der Geschäftsidee eines kommerzialisierbaren Spiels für KMU. «Beide Kinder fanden die Idee cool und halfen aktiv mit, am Spiel-Layout zu tüfteln und zu feilen, bis die ideale Anzahl Gewerbe-, Aktions- und Funktionsfelder erreicht war.»

Während beim Monopoly die Felder entlang der vier Brettseiten angeordnet sind, lehnt sich die Variante Rüeggs auch an ein Leiterlispiel an, sodass die Mitte des Bretts ebenfalls mit Feldern belegt werden kann. Anstelle von Strassen und Plätzen wie beim herkömmlichen Monopoly, können auf dem Gewerbe-Spiel 27 Felder von örtlichen oder regionalen Betrieben gekauft, besessen, aber auch wieder verloren werden. Weitere 21 Aktions- und Funktionsfelder machen das Spiel zusätzlich interessant: Mitspieler werden auf diesen Feldern belohnt oder müssen eine Aktion ausführen, wie etwa das Abgeben ihrer besten Karte an den Mitspieler rechterhand. Die Aktionsfelder können firmenspezifisch angepasst werden. Ziel ist es, möglichst viele Gewerbe-Felder, Firmen und Geld zu besitzen und dabei liquid zu bleiben. Die leicht verständlichen Regeln sind auf der Verpackung des Spiels aufgedruckt, so dass alle innerhalb weniger Minuten spielbereit sind. Seit vier Jahren ist auch Rüeggs Partnerin Ramona Heldstab mit von der Partie, realisiert Spiele und kümmert sich um das ganze Backoffice.

Herstellung im Emmental

Eine grosse Herausforderung für Thomas Rüegg war die Suche nach Produzenten. «Ich habe in ganz Europa über 30 Firmen kontaktiert, keine konnte die geforderte Qualität oder Quantität liefern. Und wer es konnte, wollte nicht die eigenen Produkte konkurrenzieren.» Schliesslich blieb nichts anderes übrig, als den Auftrag nach Fernost zu vergeben, «doch die Verständigung war schwierig und der Transportweg lang und beschwerlich». Seit Ende 2024 werden die Brettspiele in der Schweiz, genauer im Emmental, hergestellt. Während der Realisierung des Spiels «Langnau im Emmental» wurde Renato Vögeli von der Druckerei Vögeli AG in Langnau auf uns aufmerksam und anerbot sich als Produzent künftiger Spiele. Dank diesem Glücksfall ist es nun möglich, die Spiele vollständig plastikfrei, nachhaltig und aus nachwachsenden Rohstoffen herzustellen (www.gewerbe-spiel.ch).

Dauerbrenner Brettspiel

Brettspiele blicken auf eine lange Tradition zurück, sind aber alles andere als aus der Zeit gefallen. Vielmehr besetzen sie eine wichtige Nische im heutigen sozialen Leben, das von allerlei Bildschirmen und elektronischen Tools dominiert wird. Ihr Reiz liegt im gemeinsamen Erlebnis, in den Gesprächen (und manchmal Disputen), in der Spannung vor jedem Würfeln und in der gemütlichen Atmosphäre, die natürlich erst geschaffen werden muss – etwa durch das Bereitstellen von Snacks und Getränken.

Brettspiele trainieren zudem Fähigkeiten, die gerade auch Unternehmerinnen und Unternehmern zugutekommen: strategisches Denken, Planung, Geduld und Konzentration. Das Merken von Regeln regt das Gedächtnis an und kann in den Brettspielen von Thomas Rüegg spielentscheidend sein. Wer z.B. temporär im Besitz einer bestimmten Freikarte ist und dadurch von der Spielbank alle fälligen Mieten ausbezahlt erhält, verliert diesen Vorteil, wenn er oder sie in der Hitze des Gefechts vergisst, diese Summen einzufordern.

Geschenkböxli mit Wow-Effekt

Meistens besteht zuerst das Produkt, für welches eine Firma dann die passende Verpackung sucht und designt. Bei den beliebten Geschenkböxli vom Bio-Pionier Mahler & Co. war es dank der Vögeli AG für einmal umgekehrt.

Nach Weihnachten ist vor Weihnachten

Zahlreiche Schweizer Läden haben Bio-Produkte von Mahler & Co. im Sortiment. Bereits anfangs Sommer sucht der Schweizer Detailhandel die saisonalen Produkte aus, welche zum Jahresende in den Regalen stehen. Um im Juni ein attraktives Weihnachtssortiment präsentieren zu können, tüftelt der Bio-Händler mit Sitz im aargauischen Niederlenz jeweils gleich zu Jahresbeginn an neuen Ideen. Im 2024 kam die Inspiration dazu von Vögelis Weihnachtsgeschenk, einer mit Emmentaler Hügeln bedruckten, raffiniert gefalteten Box mit feinsten Kambly-Bretzeli. Das Mahler-Team war sich schnell einig: solche Böxli im Mahler-Design, befüllt mit besten Bio-Produkten der Eigenmarke, werden die perfekte Ergänzung des bisherigen Weihnachtssortiments.

Im Teamwork zum Bestseller

Bald war klar, dass es neben weihnachtlichen Sujets auch Böxli für weitere Geschenkgelegenheiten geben soll. Bis die Produkte schlussendlich in den Läden standen, gab's viel zu kreieren, diskutieren und entscheiden. Das Aussehen und die Namen der einzelnen Böxli sollten einzigartig auffallend sein und den Beschenkten schon vor dem Auspacken ein Lächeln entlocken. Das Mahler-Team definierte die Themen und fand den passenden Inhalt. Grafikerin Martina gestaltete farbenfrohe Designvorschläge, einige mit einer kleinen, fortlaufenden Geschichte von Böxli-Seite zu Böxli-Seite. Während des ganzen Prozesses konnte das Team auf die fachkundige Begleitung von Renato Vögeli zählen. Schlussendlich wurden im Emmental Böxli in acht verschiedenen Designs nach strengsten Umweltstandards produziert und bei Mahler & Co. in Handarbeit mit feinen Bio-Lebensmitteln befüllt. So entstanden tolle Geschenke für fast jede Gelegenheit. Und – das Weihnachtsgeschäft gab Mahler & Co. recht, die saisonalen Geschenkböxli entwickelten sich innert kurzer Zeit zu Bestsellern.

Gelebte Verantwortung in allen Bereichen

Die Eigenmarke von Mahler & Co. umfasst rund 300 sorgfältig ausgesuchte Bio-Produkte aus der Schweiz und der ganzen Welt. Das Unternehmen setzt wenn immer möglich auf Partner, welche die gleichen Werte teilen: einen hohen Qualitätsanspruch und echte, gelebte Nachhaltigkeit. Mit der Vögeli AG hat Mahler & Co. ein innovatives Unternehmen gefunden, das mit seinem breiten Wissen im Verpackungsbereich unterstützt. So werden alle Anhefter der Mahler-Päckli bei Vögeli im Cradle to Cradle-Standard produziert. Die Vögeli AG hat dafür einen natürlichen Lack gefunden, mit dem sich die Folienbeutel aus 70% nachwachsenden Rohstoffen nicht nur luftdicht verschweissen lassen, sondern der gemäss den C2C-Richtlinien auch voll recyclingfähig ist.

«Die detailverliebten Geschenkböxli von Mahler & Co. sind nicht nur geschmacklich ein Genuss, sondern auch optisch ein Highlight. Die liebevoll gestalteten Designs und die hochwertige, nachhaltige Verpackung kamen bei unseren Kunden besonders gut an und waren eine echte Bereicherung im Laden.»
– Kathrin Arnold, Einkauf und Marketing, Schweizer Heimatwerk

Die Geschenkböxli und rund 300 weitere Bio-Produkte von Mahler & Co. gibts in zahlreichen Läden und im Onlineshop **www.mahlerundco.ch**

Produziert Cradle to Cradle Certified® GOLD von Vögeli AG

Der Traum vom Fliegen

Im Zuge des nationalen Netzwerks zur Förderung der MINT-Bildung haben sich das ZHAW Institut für Umwelt und Natürliche Ressourcen (IUNR), das ZHAW Zentrum für Aviatik (ZAV) und die Pädagogische Hochschule Thurgau (PHTG) zusammengetan und das Projekt «Der Traum vom Fliegen» ins Leben gerufen. Dieses Team hat gemeinsam verschiedene Unterrichtsmodule entwickelt, um die Freude an technischen und umweltsystemischen Themen zu «Aviatik» und «Umwelt» bei möglichst vielen Lehrpersonen wie auch Schülerinnen und Schülern zu wecken.

Spannungsfeld der Aviatik entschärfen

Die Welt der Aviatik fasziniert und «Der Traum vom Fliegen» wird bereits seit langem geträumt, deutlich länger als fossile Brennstoffe genutzt werden, Lärm und Emissionen ein Thema sind und Reisen in andere Kontinente denkbar wurden. «Der Traum vom Fliegen» wird heute aber auch im Spannungsfeld zwischen faszinierender Technologie und gesellschaftlicher Herausforderung gelebt. Daher adressieren die in diesem Kontext entwickelten Unterrichtsmodule neben der technischen Komponente auch umweltsystemische Themen und Anliegen, ohne jedoch mit dem Mahnfinger das Fliegen zu werten. Es geht vielmehr darum, die Multidimensionalität der Aviatik aufzuzeigen. Dabei entstand beim Entwurf der Module ein lebhafter Austausch zwischen IUNR, ZAV und der PHTG.

Übersetzung in den Schulalltag

Um die Multidimensionalität des Themas Luftfahrt zu beleuchten, wurde zu verschiedenen Aspekten eine breite Palette an Unterrichtsmaterial für Lehrpersonen aller Stufen der obligatorischen Schule erstellt. In die Unterrichtsmodule wurden unterschiedliche Bausteine, wie beispielsweise physikalische Grundlagen des Fliegens, Fussabdruck der Mobilität, Antriebssysteme und Emissionen, das Bedienen von Drohnen, Luftfahrt als Geschäftszweig oder das Fliegen in der Zukunft integriert. Diese sollen die Vielfalt der Aviatik verdeutlichen und direkte Verbindungen von Naturwissenschaften und Technik mit den Anliegen der Bildung für nachhaltige Entwicklung, aber auch dem Lehrplan 21, verknüpfen. Doch was wurde konkret gemacht? Als Ergebnis dieser Projektzusammenarbeit zwischen den Hochschulen wurden schliesslich Unterrichtsmodule konzipiert, getestet, angewendet und verbessert. Inzwischen sind daraus vier komplette, im Unterricht einsetzbare Module entstanden. Diese umfassen die Themen effizientes Flugzeugmodell, Einsatz und Funktion von Drohnen, Klimafussabdruck des Fliegens und alternative Antriebe, wobei letzteres dann bei der Vögeli Druck AG in die Produktion gegeben wurde.

Alternative Antriebe

Das Unterrichtsmodul «Alternative Antriebe» war eines der ersten Themen des Projektes und zeigt den Schülerinnen und Schülern (SuS) die Notwendigkeit des Einsatzes zukunftsfähiger Antriebe auf. Im Laufe des Projekts wurde das Thema mehrfach überarbeitet und weiterentwickelt. Diese Überarbeitungen führten schliesslich zu einem didaktischen Spiel, das von einem Kommentar für Lehrpersonen begleitet wird. Dieser Ansatz ermöglicht es, das Thema interaktiv und ansprechend zu gestalten und gleichzeitig den Lehrkräften praktische Unterstützung für den Unterricht zu geben.

Projektteam von «Der Traum vom Fliegen» mit Forschenden des IUNR, ZAV und PHTG.

So entstand das Kartenspiel «Airlinespiel – Zahlt sich Nachhaltigkeit aus?» als Hauptteil dieser Unterrichtseinheit, in der die SuS die verschiedenen Antriebsarten von Flugzeugen sowie deren Unterschiede, Vor- und Nachteile sowie Grenzen in den Anwendungsbereichen kennenlernen. Während des Spiels lernen sie, welche Antriebsformen und Flugzeugtypen in welchen Szenarien sinnvoll eingesetzt werden können.

Das Spiel fördert somit strategisches und unternehmerisches Denken. Belohnungen für die Erfüllung von Missionen und Sanktionen für den Ausstoss vermeidbarer Treibhausgase sensibilisieren die SuS für das Thema Nachhaltigkeit. So verbindet das Kartenspiel Wissensvermittlung mit spielerischen Elementen und macht das Thema greifbar und praxisnah. Der spielerische Ansatz ermöglicht eine intensive Auseinandersetzung mit dem komplexen Thema und eignet sich für den Einsatz in der Oberstufe.

Reichweite und Erfolge

Das Projekt fand Ende 2024 seinen Abschluss. Das Projektteam schaut zurück auf eine intensive Zeit mit vielen Projektskizzen, Modellen, ersten Versuchen, Komplettrevisionen und unseren fertigen Produkten, welche bereits an diversen Events zum Einsatz kamen. Dabei war es immer eine grosse Herausforderung, genügend Lehrpersonen und Schulklassen zu finden, um unsere Module unter Beweis zu stellen. Insgesamt nahmen über 200 Personen an verschiedenen Modul-Durchführungen teil, unter anderem an Weiterbildungskursen, Workshops, an ausserschulischen Aktivitäten in Gemeinschaftszentren sowie an Testphasen mit Schulklassen. Das Projekt erreichte so 30 Lehrpersonen, über 50 Studierende, 75 SuS, 8 Forschende sowie etwa 40 weitere Interessierte. Jede dieser Veranstaltungen mit den SuS wurde mit viel Freude und Interesse besucht und die konstruktiven Rückmeldungen flossen stets in die Verbesserung der Unterrichtsmodule ein, die nun auf Anfrage für den Einsatz an schulischen oder ausserschulischen Veranstaltungen verwendbar sind.

Text: Dimitri Chryssolouris

VÖGELI

Marketingproduktion & Druck

Sägestrasse 21–23
CH-3550 Langnau
+41 34 409 10 10
voegeli@voegeli.ch

Höchster Standard für Ökoeffektivität.
Cradle to Cradle Certified®- Druckprodukte
hergestellt durch die Vögeli AG.