

Von Vögeli für Sie

VOVW

111
Jahre
V.



Geschätzte Leserinnen und Leser

Wir feiern 111 Jahre Vögel AG! Das ist länger, als es die Fussballweltmeisterschaft gibt oder man sich das Kochen mit dem Sparschäler erleichtert. Wir hatten in Langnau schon Fuss gefasst, als die Titanic in See stach. Doch wir schauen nicht nur auf ein bewegtes Jahrhundert Firmengeschichte zurück, sondern auch vielen weiteren Jahren Weiterentwicklung und Fortschritt entgegen.

Apropos Titanic, Sparschäler und WM: Auf den folgenden Seiten lest Ihr mehr über Schifffahrt, Küchenausstattung und Fussball, wie das 2022 und unter dem Aspekt und dem Streben nach Nachhaltigkeit aussieht. Denn in 111 Jahren Geschichte findet sich auch viel Wandel, sei das in Form technischen Fortschritts oder aber unser Klima betreffend und wir schätzen den steten Austausch mit Partnern, die unsere Wertevorstellungen teilen.

Mit viel Herzblut, Innovation, Engagement und hohem Anspruch finden wir immer wieder aufs Neue Wege, die Nachhaltigkeit in unseren Produktionsprozessen zu fördern und schlagen mit technischen Lösungen die Brücke zwischen Effizienz und Qualität. Als Familienunternehmen denken wir generationenübergreifend und langfristig. So dürfen wir uns 2022 stolze Besitzer von knapp 2 Hektaren Wald nennen und unsere Druckprodukte als Cradle to Cradle Certified® GOLD auszeichnen.

Kommunikationswege werden durch Globalisierung und Digitalisierung länger und ihre Mittel vielfältiger im Kern aber unentbehrlich. Unser Ziel ist es, diese Nachfrage nachhaltig zu stillen und eine Dienstleistung zu gewährleisten, die auf vertrauensvoller und umfassender Partnerschaft baut.

Für ein Heute, das unser Morgen sichert, für bewährte und gleichsamer moderne Kommunikationsmittel und auf viele weitere Jahre Zusammenarbeit.

Ihre Vögel-Familie

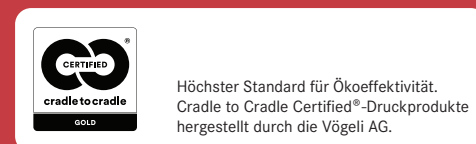
Impressum

Herausgeber

Vögeli AG, Marketingproduktion & Druck
Sägestrasse 21-23
3550 Langnau
www.voegeli.ch
Kontakt: voegeli@voegeli.ch
Telefon 034 409 10 10

Redaktion

Martin Schlegel, Jean-Paul Fürst,
Paul-André Fürst, Markus Vögeli,
Renato Vögeli
Auflage: 3'500 Ex.
Erscheinung: jährlich in deutsch

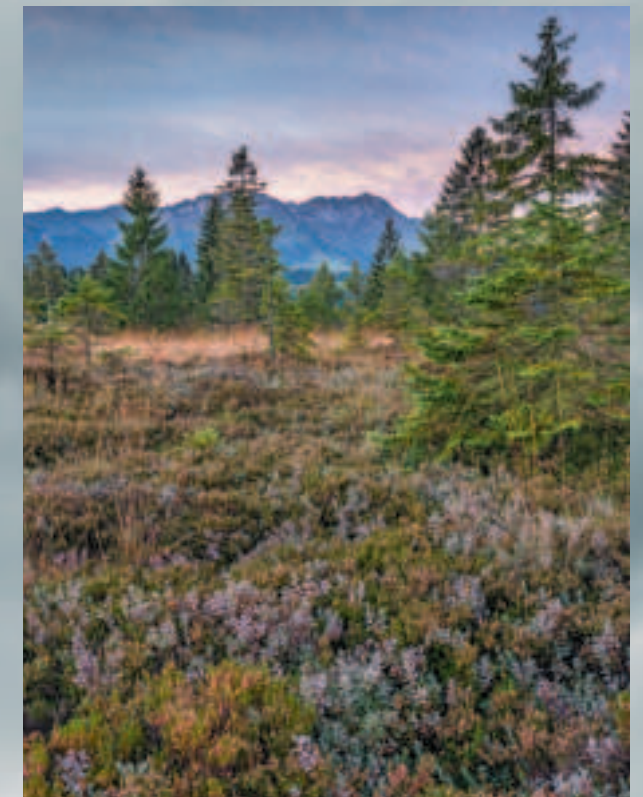


- 6 UNESCO Biospäre Entlebuch
- 14 EMME® – Die Schweizer Küche
- 18 Nachhaltigkeitspioniere
- 20 Pioniergeist
- 22 LANUR
- 26 Votre Cercle de Vie
- 30 GVB
- 32 gusto
- 36 Zürichsee-Schiffahrt
- 40 Wettbewerb
- 44 Tschutti Heftli
- 48 Waldbesitzer
- 52 as. games
- 56 Punkt für Punkt
- 62 Haute Chocolaterie

Ein Segen für alle: UNESCO Biosphäre Entlebuch

Die UNESCO Biosphäre Entlebuch gratuliert der Firma Vögeli AG zu sagenhaften 111 Jahren ihres Bestehens. Im Vergleich mit diesem stolzen Alter steht die Biosphäre gerade mal an der Schwelle zum Erwachsenwerden. Das Entlebuch feierte 2021 sein 20-Jahr-Jubiläum als UNESCO Biosphäre. Die Vorgeschichte zur eigentlichen Gründung begann allerdings nicht 2001, sondern bereits viel früher. Ausschlaggebend dafür, dass die Bevölkerung des Entlebuchs zu neuen Horizonten aufbrach und ihre Region mit viel Engagement und Herzblut gemeinsam in Schwung brachte, war nämlich eine Volksabstimmung im Jahr 1987.

Der Grund für die hohe Biodiversität (Artenvielfalt) im Entlebuch ist, dass die Region vielen Tieren und Pflanzen unterschiedlichste Lebensräume bietet. Fotos: Martin Mägli



Die Zukunftsperspektiven hatten sich im Entlebuch dramatisch verdüstert, als am 6. Dezember 1987 die Rothenthurm-Initiative für einen umfassenden Schutz der Moorlandschaften angenommen wurde. Seither ist in der Verfassung festgeschrieben: «Moore und Moorlandschaften von besonderer Schönheit und nationaler Bedeutung sind Schutzobjekte. Es dürfen darin weder Anlagen gebaut noch Bodenveränderungen irgendwelcher Art vorgenommen werden. Ausgenommen sind Einrichtungen, die der Aufrechterhaltung des Schutzzweckes und der bisherigen landwirtschaftlichen Nutzung dienen.» Damit stand das Entlebuch, wo mit über 100 Mooren auf 26 % der Landfläche die grössten Moorvorkommen der Schweiz bestehen, vor grossen Herausforderungen. Allein zwei Drittel der Fläche von Flühli-Sörenberg zum Beispiel standen von einem Tag auf den anderen unter Naturschutz.

«Hand in Hand»
in die Zukunft.
Foto: FELDERVOGEL



Was machen wir mit so viel Schönheit?

Die Stimmung im Entlebuch war gelinde gesagt getrübt. Der Ausgang der Abstimmung zugunsten des Moorschutzes machte die Entlebucher, insbesondere die in Landwirtschaft und Tourismus beschäftigten, ein Stück weit ratlos. Die Region drohte zum Naturreservat zu verkommen. Es hatte einen bitteren Beigeschmack, wenn man sich damals fragte: «Was machen wir mit so viel Schönheit?»



Sonnenuntergang im Hochmoor im Gebiet Salwideli, Sörenberg. Foto: Martin Mägli

Eine Idee macht das Problem zur Chance

Die erste Idee war, ein Kompetenzzentrum zum Thema Moor aufzubauen. Allerdings war das Projekt thematisch zu einseitig, um der Region eine echte Entwicklungsperspektive zu bieten. Auf der Suche nach neuen Ideen war es Regionalplaner Walter Büchi, der nach Kontakten mit diversen Fachleuten, unter anderem beim Bundesamt für Umwelt, Wald und Landschaft (BUWAL), die Idee eines Biosphärenreservats Entlebuch auf den Tisch brachte. Dieses Modell ermöglichte neben dem Schutz der Natur gleichzeitig auch wirtschaftliche Entwicklung.

Die Idee des UNESCO «Biosphärenreservates» mit ausgewogenen Schutz-, Pflege- und Entwicklungszonen stiess bei den Gemeindepräsidenten auf Begeisterung. Unter der Leitung von Theo Schnider, der in zahlreichen Gremien gut vernetzt war, begannen die Initianten, gemeinsam für ein Biosphärenreservat zu lobbyieren. Dabei suchten sie das Gespräch mit Kritikern, Vereinen, Parteien, Verbänden usw. Mit der neuen Idee konnten sie der Bevölkerung endlich positive Perspektiven für das Entlebuch aufzeigen und den Zukunftsängsten entgegenwirken.

Was ist eine Biosphäre bzw. ein Biosphärenreservat?

Der Begriff «Reservat» wurde rasch aus dem Namen gestrichen. Zu stark erinnert er an die trostlosen Schutzgebiete, die den amerikanischen Ureinwohnern, den Indianern, nach der endgültigen Eroberung durch die Weissen zugewiesen wurden. Die UNESCO Biosphären verfolgen ganz andere Ziele. Die UNESCO, die UNO-Organisation für Erziehung, Wissenschaft und Bildung, initiiert unter diesem Label Modellregionen, in denen nachhaltige Entwicklung in ökonomischer, ökologischer und sozialer Hinsicht verwirklicht wird. Das erfordert viel Kooperation der beteiligten Bevölkerung auf der Basis der Agenda 30, die 2012 auf der Konferenz RIO+20 für Umwelt und Entwicklung der Vereinten Nationen in Rio de Janeiro beschlossen und danach von 169 Staaten unterzeichnet wurde.



Theo Schnider, damals Kurdirektor in Sörenberg, trat im Kantonsparlament in Luzern provozierend als Indianer auf, um die Befürchtung der Entlebucher zu unterstreichen, dass ihre Region mit der Annahme der Rothenthurm-Initiative zum Reservat würde. Zugleich war sein Auftritt Auslöser für die Diskussion rund um den Spagat zwischen Schützen und Nutzen zugunsten einer echten Perspektive für die Zukunft.

Umweltschutz und wirtschaftliche Entwicklung gehen Hand in Hand

Die Agenda 30 definiert die Leitlinien zur nachhaltigen Entwicklung im 21. Jahrhundert. In einer Art Weltzukunftsvertrag werden als Kernstück 17 konkrete Ziele für nachhaltige Entwicklung formuliert. Sie tragen der wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Dimension der nachhaltigen Entwicklung in ausgewogener Weise Rechnung und stellen sicher, dass Wirtschaftswachstum und Umweltschutz einander unterstützen. Weltweit sind Gemeinden und Regionen daran, diese Ziele in ihrem Lebensraum umzusetzen.

Eine solche Region ist seit nunmehr 20 Jahren die Biosphäre Entlebuch. Sie gehört gemäss UNESCO Audit zu den Top Ten der Biosphärenreservate und trägt den Titel UNESCO-Modellregion.



Schützen & Wirtschaften, so dass auch die nächsten Generationen etwas davon haben. Foto: Marco Schaffner

Mitwirkung als Schlüssel zum Erfolg

Der Einbezug und die Mitwirkung aller beteiligten Bevölkerungskreise waren dabei von zentraler Bedeutung. Das Projekt Biosphäre wuchs von unten nach oben, denn die Bevölkerung wurde von den Initianten von Anfang an mit ins Boot geholt. Viele Leute opferten ihre Freizeit und engagierten sich mit ihrem Fachwissen, mit viel Herzblut und Leidenschaft für die Entstehung einer UNESCO Biosphäre. Nur so wurden im Jahr 2000 die 94% Zustimmung für eine finanzielle Unterstützung des Biosphärenreservats an den Gemeindeversammlungen möglich. Danach war der Weg frei, das Projekt offiziell zur Anerkennung anzumelden.

Und so wurde im September 2001, still und abseits der dramatischen Ereignisse, die sich in diesem Jahr auf der Welt und in der Schweiz abspielten, im Wilden Westen von Luzern das Entlebuch von der UNESCO als erstes Biosphärenreservat der Schweiz in die Liste der weltweiten Modellregionen nachhaltiger Entwicklung aufgenommen. Die Entlebucher hatten es damit geschafft, ihre Region aus ihrem Dornröschenschlaf zu wecken und ihr Schritt für Schritt neuen Schwung zu verleihen.

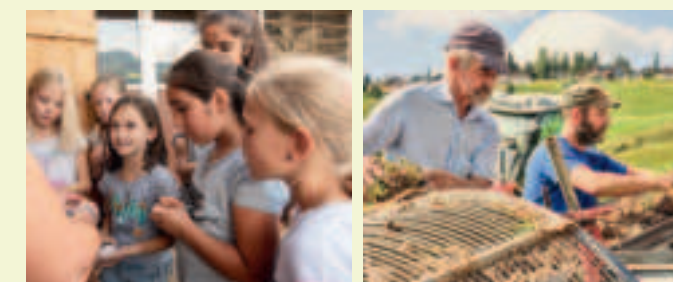
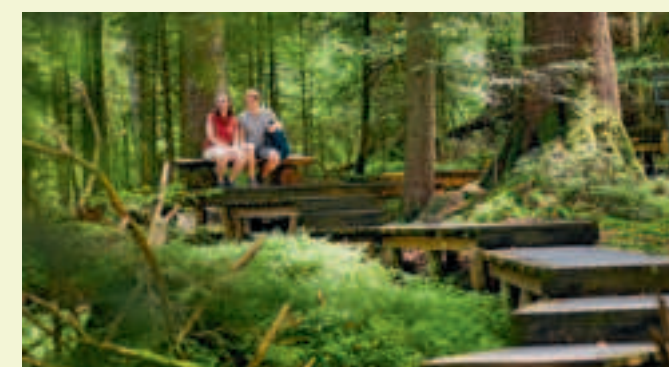
Viele Ideen werden zu Erfolgsgeschichten

Es war ein langer und steiniger Weg mit vielen Hürden und Widrigkeiten, von den ersten Schritten, über unzählige Treffen und Sitzungen, begleitet

von berechtigten Bedenken und Zweifeln betreffend Spagat zwischen Nutzen und Schützen, bis zum Durchbruch auf allen Ebenen.

Dabei wurden grosse Visionen diskutiert, viele wieder verworfen oder zu ambitionierten Projekten konkretisiert. In nur zwei Jahrzehnten wurden zahlreiche Ideen tatkräftig realisiert und zu tollen Erfolgsgeschichten. So bieten heute neben den klassischen Tourismusorten Flühli-Sörenberg und Marbach auch Romoos mit dem «Zyberliland» und der Köhlerei oder Heiligkreuz mit dem «Seelensteg» und dem «Wurzilla»-Weg sanfte touristische Erlebnisse an. Auch führt das Entlebuch als Region das Label «Energistadt», Biosphären-Bildungsangebote sensibilisieren Gross und Klein für gelebte Nachhaltigkeit, alte Traditionen und Brauchtum werden wiederbelebt und über 500 Regionalprodukte unter dem Label «Echt Entlebuch» professionell vermarktet.

Die Bevölkerung profitiert aber nicht nur vom wirtschaftlichen Aufschwung, Entlebucherinnen und Entlebucher, deren Heimat lange als das Armenhaus der Schweiz galt, zeigen heute ein ganz neues Selbstbewusstsein und sind mit Recht stolz auf das Erreichte.



Seelensteg, Heiligkreuz. Foto: Beat Brechbühl

Biosphärenschule auf dem Bauernhof Oberlindenbühl, Schüpflheim. Foto: kleineweltwunder.ch

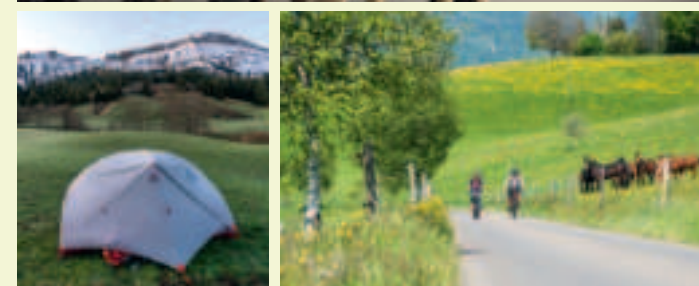
Andy Wyss mit seinem Vater Fritz bei der Kartoffelernte auf ihrem Hof. Foto: hurrah.ch



Der «neue» Tourismus als Chance für das gesamte Napfbergland

Was das Napfbergland kantonsübergreifend im Entlebuch und im Emmental seit langem bietet, nämlich Ferien und Erlebnisse in ruhiger, schöner und natürlicher Umgebung, liegen im Trend. Schweizer entdecken und erkunden – befeuert von der Corona-Pandemie – ihre eigene Heimat.

E-Bikes und Camper erleben einen wahren Boom. Abgelegene Nomady-Standplätze schiessen wie Pilze aus dem Boden. Immer mehr Leute suchen in ihrer Freizeit das einfache und naturnahe Leben abseits von Jubel und Trubel. Vermehrter Kurzurlaub, Wunsch nach Naturnähe, Lust auf Bewegung, gelebte Langsamkeit, teilnehmen und sich einlassen, das sind die landesweiten Trends, wie wir sie auch in der Biosphäre Entlebuch feststellen. Viele Menschen möchten nicht mehr mit dem Etikett «Tourist» behaftet sein. Denn als Tourist ist man ausgeschlossen vom echten und authentischen Leben im Urlaubsort. Gerade daran möchten die «neuen» Touristen aber teilhaben. Die Gäste zeigen vermehrt Interesse an der lokalen Küche, für regionale Erzeugnisse wie «Echt Entlebuch», Traditionen und Wissen. Sie tauschen sich sowohl mit den Einheimischen als auch unter sich aus und nehmen neue Erfahrungen mit nach Hause. Und – was uns in der Biosphäre natürlich besonders freut – sie kommen wieder.



Die Tradition rund um die Entlebucher Alpabfahrt erfreut sich grosser Beliebtheit. Foto: Nelson Da Silva

Im Schatten der Schratzen-Nomady-Zeltplatz im Hilferthal. Foto: Travelita

E-Bike-Tour in Entlebuch. Foto: Michelle Felder

Stets im Gepäck: Echt Entlebuch Genüsse. Foto: Beat Brechbühl

Moorerlebnis mit pädagogischer Packungsbeilage

Naturerlebnis, Naturverständnis und Umweltbildung sind – nicht nur in der Biosphäre Entlebuch – die Schlüssel zu einer intakten Landschaft. In diesem Kontext verknüpfen pädagogisch-didaktische aufbereitete Angebote wie der «Grosse Moorrundweg» auf der Rossweid in Sörenberg touristische Zielsetzungen mit interaktivem Erleben. Als erfreuliche und durchaus gewünschte Nebenwirkung lernen die Gäste die Zusammenhänge zwischen dem eigenen Handeln und der nachhaltigen Entwicklung ihrer Umwelt kennen und verstehen.

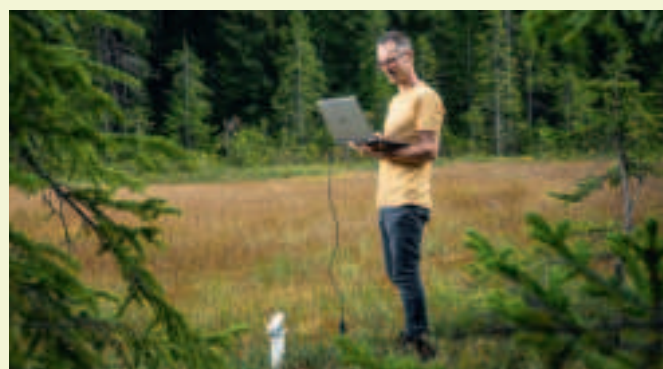


Auf dem Grossen Moorrundweg gibt es nicht nur Naturwunder zu entdecken sondern auch eine geballte Ladung an Wissen. Foto: Beat Brechbühl

Digitalisierung als Motor für nachhaltige Entwicklung

Die Produktion von Medien wurde schon früh und mit Erfolg digitalisiert. Die Vögeli AG nimmt in Sachen Digitalisierung weit über die Region hinaus eine Vorreiterrolle ein. Wer nun aber denkt, die Biosphäre Entlebuch sei in dieser Hinsicht bestimmt Entwicklungsland, der liegt falsch. Letztes Jahr suchte die «Schweizer Illustrierte» das «Digi-Tal der Schweiz» und stiess bei uns im Entlebuch auf zahlreiche digitale Geschichten. Unter anderem entdeckten sie einen innovativen Landwirt in Doppleschwand, der mit Roboter-Technologie arbeitet, staunten über digitale Gipfelbücher des SAC, Augmented Reality im «Entlebucher Anzeiger», ein Prognose- und Analyse-Tool der Bergbahnen Sörenberg zur Ermittlung der zu erwartenden Gäste in den nächsten Tagen sowie Messsonden in den Mooren zur digitalen Kontrolle von Veränderungen im Zusammenhang mit dem Klimawandel. Das Entlebuch belegte schliesslich schweizweit Rang zwei unter den «Digi-Tälern».

Auch Gästebetten und touristische Aktivitäten der Region werden mehr und mehr digital vermarktet. Das ist allerdings logistisch eine echte Herausforderung, denn viele Gäste buchen kurzfristig und spontan, was von den Anbietern eine hohe Flexibilität erfordert. Den Innovativen unter ihnen eröffnet die Digitalisierung jedoch über alle Jahreszeiten hinweg zahlreiche neue Möglichkeiten und Chancen. Neben Tourismusanbietern und Gästen profitiert vom Ganzjahrestourismus letztlich das gesamte Entlebucher Gewerbe.

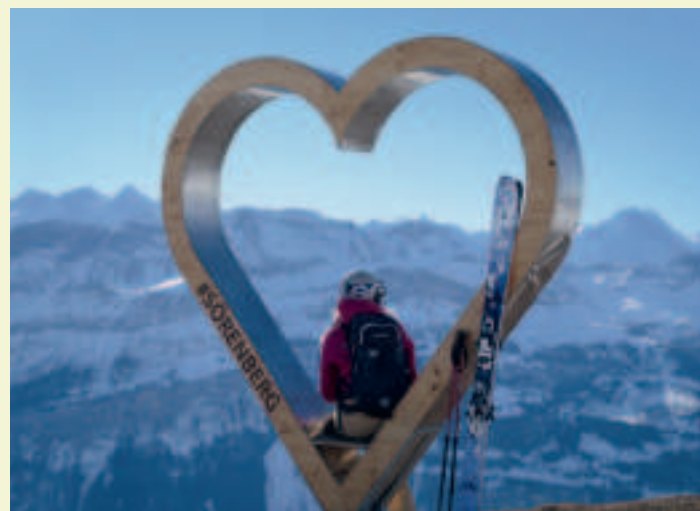


Mit Moorsonden werden Entlebucher Moore digital überwacht. Fotos: Remo Nägeli

Seite an Seite in eine nachhaltige Zukunft

Sowohl die Vögeli AG als auch wir als UNESCO Biosphäre nehmen in unserem gemeinsamen Lebensraum eine Vorreiterrolle in Sachen Nachhaltigkeit ein. Vögelis Leitsatz lautet: «Drucken wie die Natur drucken würde». Auf uns als Biosphäre übertragen würde das etwa lauten: «Wirtschaften, wie die Natur es erwarten würde.» Während wir in der Biosphäre Entlebuch bestrebt sind, das Gleichgewicht zwischen schützen und nutzen zu schaffen, kreiert die Firma Vögeli Druckprodukte, die für Mensch und Natur unbedenklich sind. Bei der Produktion nach dem zertifizierten Cradle to Cradle®-Prinzip werden für den Druck ausschliesslich Substanzen verwendet, die sicher in den biologischen Kreislauf zurückgeführt werden können.

Und sowohl wir als Biosphäre Entlebuch als auch die Vögeli AG setzen sich Seite an Seite ein für den Leuchtturm der kantonsübergreifenden Region: Die SCL Tigers. Die Vögeli AG unterstützt die Umsetzung des Projekts «Circle2go», bei dem im Stadion Teller nach dem Cradle to Cradle®-Verfahren eingesetzt wurden. Und weil das Herzblut des Entlebucher Fanclubs den Tiger seit vielen Jahren stark macht, pflegt die UNESCO Biosphäre Entlebuch mit den SCL Tigers eine vielversprechende und nachbarschaftliche Tourismuspartnerschaft im Zeichen der Nachhaltigkeit.



Sanfter Tourismus mit Zukunftsaussichten. Foto: Yorick Leusink

UNESCO Biosphäre Entlebuch
Biosphärenzentrum
Chlosterbüel 28
CH-6170 Schüpfheim

Zäme stah Zäme ha Zäme gah

Mitten in der Schweiz, im Emmental, liegt unser Betrieb «Röthlisberger AG – Die Schreinermanufaktur» direkt an der Emme. Mit über 150 Mitarbeitenden ist aus dem Familienbetrieb eine Grossfamilie geworden und aus der kleinen Schreinerei die wohl grösste Individualschreinerei der Schweiz. 2014 entstand unsere Küchenmarke «EMME® – Die Schweizer Küche». Ein einzigartiges Emmentaler Qualitätsprodukt.

Bereits seit vielen Jahren besteht die Zusammenarbeit mit der Vögeli AG. Neben ähnlichen Werten und Vorsätzen verbindet uns dieselbe Leidenschaft: das Hoffen, Bangen, Feiern und Daumen drücken für den Eishockeyclub der SCL Tigers. Der Schreinermanufaktur dienen sie in vielerlei Hinsicht als Vorbild. Das Spiel in der obersten Liga ist nur im perfekten Zusammenwirken einzigartiger Talente möglich. Entscheidend sind Teamgeist und passgenaues Zusammenspiel. Werte, mit denen wir uns identifizieren.

2017 haben wir mit der Nutzung des smarten Tools «campaigner» der Vögeli AG begonnen und organisieren damit seither die Hockey Nights, an denen wir mit Kunden und Firmenpartnern die Hockeymatches besuchen und gemeinsam ein leckeres Abendessen in der Jakob-Galerie geniessen.

Auch über das Tool «campaigner» erfolgte der Wettbewerb um acht Abendessen, gekocht von Annemarie Wildeisen, Florina Manz und vier SCL Tigers Spielern bei uns in der EMME-Küchenausstellung. Unter der Leitung von Annemarie und Florina kochten die vier Spieler für die Gäste das extra für diesen Anlass kreierte SCL-Tigers-Menü. Der gemütliche Abend mit diesen Stars war neben unseren Kursen und Workshops eines der Highlights im 2021.



Wie die Vögel AG legen auch wir viel Wert auf Nachhaltigkeit und Regionalität. Wir verwenden soweit möglich Schweizer Holz und unterstützen somit die Pflege unserer Wälder. Die Küchenmöbel werden mit Platten der Swiss Krono AG, dem einzigen Spanplattenwerk der Schweiz, hergestellt. Ebenso setzen wir für andere Materialien, Rohstoffe und Geräte gerne auf Schweizer Produzenten.

Ein Herz für Qualität und Natur

Mit unserer neuen Küchenlinie «Härzblatt» möchten wir in Zukunft einen weiteren grossen Schritt in die nachhaltige Küchenproduktion antreten. Die neue Garantiemarke geht weit über das hinaus, was bisher unter rein «technischer Qualität» angeboten wurde. Sie erzeugt einzigartige und schier unbezahlbare Mehrwerte.

Als wir «EMME® - Die Schweizer Küche» lancierten, war es unser Ziel, dem Schweizermarkt ein Produkt mit möglichst hohem Anteil an Schweizer Rohstoffen und Produkten ohne lange Transportwege und gesundheitsschädigende Zusatzstoffe anzubieten.


Innere Werte die sich sehen lassen

Mit Swiss Krono® haben wir einen Lieferanten gefunden, der uns genau mit dieser Holzqualität bedient: BE.YOND-Produkte sind die weltweit umweltfreundlichsten Spanplatten. Sie werden mit modernsten biobasierten Klebstoffen hergestellt und erfüllen die höchsten Anforderungen an die Raumluftqualität. Durch mehrwertende Billiganbieter sind selbst Möbel und Einrichtungen zu Wegwerfartikeln verkommen. Sie werden nach den aktuellen Trends designet, in Massen industriell produziert und meist bald mal wieder in den Entsorgungshof gebracht.

Dieser Wegwerfmentalität wollen wir mit unserer «Härzblatt-Qualität» entgegenhalten. In der Zusammenarbeit mit Vögel AG erstellen wir eine Broschüre zu unserer neuen Qualitätsmarke und zeigen damit die inneren Werte dieser neuen Linie auf.

Mit allen Kräften für Wasser- und Sonnenenergie

Die Zukunft der Natur liegt uns am Herzen. Die Schreinermanufaktur wird mit 100% erneuerbarer Energie aus Schweizer Wasserkraft versorgt. Mit der Erneuerung des Daches der Schreinermanufaktur in Schüpbach dürfen wir dieses Jahr ein weiteres nachhaltiges Projekt ins Leben rufen: Wir installieren auf der gesamten Dachfläche eine Photovoltaikanlage. Das Projekt beinhaltet auch die Einfassung des Silos mit Strompanels. Ungefähr 50% des Silos werden mit Panels eingefasst. Die übrigen Flächen sind «schattseitig» oder werden von der Filteranlage bedeckt.



«Ein verantwortungsvoller Umgang mit den uns anvertrauten Ressourcen ist Teil unserer Wertschätzung gegenüber einer grossartigen Schöpfung.»

Die Druck- und Nachhaltigkeitspioniere



Das Familienunternehmen setzte früh und konsequent auf die Themen Innovation und Nachhaltigkeit – mit Erfolg, wie die nunmehr 111-jährige Geschichte der Firma zeigt. Schon allein in den vergangenen 20 Jahren konnte die Vögel AG eine beeindruckende Zahl an innovativen, zukunftsweisenden Projekten realisieren.

Für die meisten Druckereien ist Alkohol im Druckprozess bis heute ein unentbehrlicher Bestandteil. Er senkt unter anderem die Oberflächenspannung des Prozesswassers und vereinfacht so den Druckprozess. Doch der beim Drucken eingesetzte Alkohol hat auch seine Schattenseiten. So sind die Mitarbeitenden in den Produktionshallen stets den freigesetzten Dämpfen ausgesetzt, ausserdem gehört der Isopropylalkohol zu den sogenannten VOC-Stoffen (flüchtige organische Verbindungen), die unter anderem mitverantwortlich für die Entstehung von Ozon sind. Bereits vor über 20 Jahren hat die Vögel AG deshalb beschlossen, im Druckprozess vollständig auf Alkohol zu verzichten. Dies tönt zunächst einfacher als es ist, denn die Arbeitsabläufe mussten vollständig umgestellt werden, zudem galt es gemeinsam mit den Herstellern von Druckmaschinen und Druckfarben neue Lösungen zu finden, um die Druckqualität sicherzustellen.

Kundenbedürfnisse als Innovationstreiber

Die Vögel AG war und ist auch stets auf der Suche nach innovativen Ideen, um die Druckqualität zu verbessern und sich spezifisch auf Kundenwünsche auszurichten. So führte sie im Jahr 2001 die Staccato-Raster-Technologie ein. Mit dem gegenüber der klassischen Variante viel feineren Druckraster wurde der Druck in Fotoqualität möglich. Einige Jahre später kam die 10-Farben-Druckmaschine mit zwei separaten Lackwerken hinzu. Damit konnte schneller und kostengünstiger produziert werden, da die Papierbogen ohne Trockenphase

direkt auf der Rückseite bedruckt werden konnten – damals weltweit einzigartig. Seit zehn Jahren ist die Vögel AG zudem im Besitz einer Digitaldruck-Maschine, die Relief-Lack auftragen kann. Dies erlaubt es, Produkte mit speziellen Lackeffekten oder Drucksachen in Blindenschrift in Kleinstauflagen zu realisieren. Um auf individuelle Lösungen im Verpackungsbereich eingehen zu können, erwarb die Vögel AG schliesslich im Jahr 2014 die erste Digitaldruckmaschine der Schweiz, die im Grossformat 50 x 70 cm drucken konnte.

Betriebsführung konsequent ökologisch ausgerichtet

Neben innovativen Ideen im Bereich der Druckproduktion setzte das Familienunternehmen bereits früh auf das Thema Nachhaltigkeit. Im Jahr 2006 nahm die Vögel AG eine Produktionshalle in Betrieb, die nach damaligen Gesichtspunkten visionär gebaut war: Die Klimatisierung der Halle erfolgt mithilfe des Grundwassers, dadurch reduziert sich der Stromverbrauch um über 90 Prozent; geheizt wird ausserdem mittels Wärmerückgewinnung. Bereits seit 16 Jahren ist die Vögel AG damit vollständig unabhängig von fossilen Energieträgern. Eine Fotovoltaik-

anlage auf dem Dach der Produktionshalle liefert darüber hinaus rund 30'000 Kilowattstunden Strom pro Jahr, die in das öffentliche Netz eingespeisen werden. Etwa fünf bis sechs Haushalte können so ihren Energiebedarf decken. Zudem bezieht die Vögel AG ihre Energie zu 100 Prozent aus Ökostrom – und das bereits seit 2009.

Ein neuer Denkansatz

Im Jahr 2015 war die Energieeffizienz schliesslich so hoch, dass die Beraterinnen und Berater der Energieagentur der Schweizer Wirtschaft (EnAW) keine weiteren Massnahmen vorschlagen konnten. Doch Renato und Markus Vögel wollten weiter optimieren. Denn auch wenn die Produktion klimaneutral erfolgt und alle Rahmenbedingungen auf grösstmögliche Nachhaltigkeit ausgerichtet sind, bleibt das Produkt. Und das war bis dahin nicht kreislauffähig, denn ein herkömmliches Druckprodukt kann nicht vollständig wiederverwendet werden. Bei der Suche nach einer Lösung für dieses Problem stiessen Markus und Renato Vögel auf das «Cradle to Cradle®»-Prinzip. Gemäss diesem Prinzip wird das Produkt so hergestellt, dass es komplett kreislauffähig ist – Abfall soll also gar nicht erst entstehen, sondern alle Materialien der Natur wieder als Rohstoff zurückgegeben werden.

Cradle-to-Cradle-Pioniere

Im Jahr 2016 wagten Renato und Markus Vögel gemeinsam mit zwei Druckereien aus Österreich und Dänemark den Schritt und begannen damit, ihre Produktion auf «Cradle to Cradle®» umzustellen. Nur gerade vier Jahre später erreichte die Vögel AG als weltweit erste Druckerei den «Cradle to Cradle Certified®»-GOLD-Status. Gold-Standard bedeutet, dass alle gefährdenden Stoffe ausgeschlossen sind und zu 100 Prozent mit erneuerbarer Energie produziert wird. In der Schweiz ist die Vögel AG bis heute die einzige Druckerei, die ihre Produktion gemäss Cradle-to-Cradle ausgerichtet hat.

Das biologisch abbaubare Buch

Will eine Druckerei nach «Cradle to Cradle®»-produzieren, ist sie auf ihre Lieferanten angewiesen. Denn sämtliche Bestandteile eines Produkts müssen die hohen Anforderungen erfüllen. Um also beispielsweise ein Buch gemäss dem «Cradle to Cradle®»-Standard zu produzieren, gilt es, einen Lieferanten für biologisch abbaubaren Leim zu finden, oder den Markt nach einem nachhaltigen Material zum Verstärken des Buchrückens zu sondieren. Genau dies hat die Vögel AG getan und 2019 auf einen Kundenwunsch hin das erste Buch produziert, das vollständig nach «Cradle to Cradle®»-hergestellt wurde. Das Buch enthält also ausschliesslich Materialien, die vollständig biologisch abbaubar sind. Bei dieser ersten Auflage wurden noch mehrere Produktionsschritte in Handarbeit ausgeführt, nun geht es darum, diesen Prozess zu industrialisieren.

Die kreislauffähige Verpackung

Was beim Buch derzeit noch nicht möglich ist, kann bei Verpackungen bereits realisiert werden. Da Verpackungen oftmals in einer grossen Anzahl gebraucht werden, macht gerade dort eine kreislauffähige Produktion Sinn, so dass die grossen Mengen an Materialien im Kreislauf bleiben und nicht verloren gehen. Seit dem vergangenen Jahr bietet die Vögel AG ihren Kundinnen und Kunden die Möglichkeit, ihre Verpackungen nach dem Gold-Standard von «Cradle to Cradle®» zu produzieren – Verpackungen also, die für Mensch und Umwelt unbedenklich sind.

Die nachhaltigste Druckerei

Durch ständige Verbesserungen aller Prozesse hat die Vögel AG nun einen Standard erreicht, der bezüglich Ökologie und Nachhaltigkeit in der Branche einzigartig ist. Nicht umsonst wird sie in der Presse immer wieder als «Die nachhaltigste Druckerei der Welt» betitelt. Was also lässt sich noch tun? Zum Beispiel, der Natur etwas zurückgeben: Seit dem vergangenen Jahr ist die Vögel AG Waldbesitzerin. Das Waldstück nahe der Lüderenalp wollen Markus und Renato Vögel jedoch nicht nutzen, sondern ganz der Natur überlassen.

« Gutes Handwerk ist unerlässlich »

Markus und Renato Vögeli



Müsste man die Vögeli AG mithilfe einiger Stichworte beschreiben, wäre der Begriff Pioniergeist mit Sicherheit dabei. Als eine der ersten Druckereien verzichtete die Vögeli AG beispielsweise bereits vor über 20 Jahren komplett auf das Drucken mit Alkohol; und als erste Druckerei weltweit ist das Familienunternehmen seit drei Jahren vollständig «Cradle to Cradle Certified® GOLD» zertifiziert. Warum es nicht reicht, sich auf den Lorbeeren auszuruhen, und welche Vorteile ein Familienunternehmen in Sachen Pioniergeist hat, erzählt Renato Vögeli, Mitinhaber und Geschäftsleitungsmitglied der Vögeli AG, im Interview.



Sie führen die Vögeli AG gemeinsam mit Ihrem Bruder Markus in der vierten Generation - was bedeutet das für Sie?

Renato Vögeli: «Es ist für uns nicht selbstverständlich, dass ein Unternehmen über so viele Generationen in der Familie bleibt. Ein Familienunternehmen zu führen, ist eine schöne und spannende Aufgabe. Es ist jedoch auch mit einer gewissen Verpflichtung verbunden, die wir aber als positiv erachten: Wir haben die Verpflichtung, die Firma so weiterzuentwickeln, dass sie für die kommende Generation interessant ist und wir sie weitergeben können. Nicht nur wirtschaftlich, sondern ebenso in Bezug auf die Sinnfrage. Unter anderem aus diesem Grund war und ist das Thema Nachhaltigkeit für uns ein zentrales Thema.»

Eine Druckerei mit einer 111-jährigen Geschichte ist nicht selbstverständlich. Wo sehen Sie die Stärken der Vögeli AG? Wie lautet das Erfolgsrezept?

«Es liegt wohl an der Mischung aus Tradition und Innovation. Wir versuchen, stetig in neue Projekte zu investieren, setzen zugleich aber auf Kontinuität und Verlässlichkeit. Gutes Handwerk ist aus unserer Sicht unerlässlich, verbunden mit innovativen Ideen. Als Familienunternehmen haben wir die Möglichkeit, langfristig zu denken und so Projekten eine Chance zu geben, die sich nicht unmittelbar rechnen, sich jedoch am Schluss als erfolgreich herausstellen.»

Wagen wir einen Blick in die Zukunft: Wo steht die Vögeli AG in 20 Jahren?

«Bis vor einigen Jahren haben wir Telefonverzeichnisse gedruckt, heute braucht kaum jemand noch ein solches Verzeichnis. Als Druckerei müssen wir stetig am Ball bleiben und neuen Entwicklungen gegenüber offen sein. Im Moment sind innovative Verpackungslösungen aktuell, was in 20 Jahren sein wird, wissen wir nicht. Ich bin jedoch überzeugt, dass die Vögeli AG auch künftig im Bereich Druck tätig sein wird, allerdings hat das Drucken vielleicht nicht mehr dieselbe Bedeutung wie heute. Mit Sicherheit wird uns das Thema Nachhaltigkeit in 20 Jahren weiterhin beschäftigen. Für uns als Firma, aber ebenso für unsere Kundinnen und Kunden. Mit unseren Produkten können wir sie hoffentlich dabei unterstützen, ihr Unternehmen nachhaltiger auszurichten.»

Die Vögeli AG lanciert laufend neue, innovative Projekte - wo und wie suchen Sie nach neuen Ideen?

«Neue Ideen finden wir ganz klassisch auf Veranstaltungen, via LinkedIn oder generell im Netz. Wichtig ist, Ideen weiterzuentwickeln, die auf den ersten Blick verrückt erscheinen. In diesen Ideen liegt oftmals grosses Potenzial. Wir dürfen immer wieder auch Projektideen unserer Mitarbeitenden entgegennehmen. So gehen beispielsweise die sogenannten «Maskbags» auf eine Idee eines Mitarbeiters zurück. Während der Coronapandemie fiel ihm auf, dass die Masken oft einmal gebraucht und anschliessend weggeworfen wurden. Auf der Suche nach einer Möglichkeit, die einmal gebrauchten Hygienemasken sicher für eine weitere Verwendung aufzubewahren, entwickelte er die Idee einer «Maskbag» - eine Papierhülle ähnlich einem Couvert, in welcher die Maske nach dem Tragen aufbewahrt werden kann. Markus und mir gefiel die Idee, und wir entwickelten den Prototypen gemeinsam weiter, so dass er die hygienischen Anforderungen erfüllte. Schliesslich konnten wir während der Coronapandemie für unsere Kundinnen und Kunden mehrere Tausend solcher «Maskbags» produzieren.»

Von der Idee bis zum umgesetzten Projekt dauert es oft Monate, wenn nicht Jahre.

Die Vögeli AG scheint da schneller zu sein, warum?

«Wir setzen unsere Ideen nicht ohne Strategie und Ziel um, aber wir legen oft intuitiv los und wagen einen Versuch. Wenn Markus und ich von der Idee überzeugt sind und unsere Mitarbeitenden ebenfalls hinter der Idee stehen, dann packen wir die Chance. Unsere Entscheidungswege sind kurz, so dass wir schnell reagieren können - wohl deshalb sind wir in Sachen Innovation vorne mit dabei. Wichtig ist uns, dass unsere Mitarbeitenden die Projekte mittragen. Inzwischen hat sich in unserem Unternehmen eine entsprechende Kultur entwickelt, was uns sehr freut. Denn innovative Ideen können wir nur gemeinsam mit unseren Mitarbeitenden umsetzen.»

In Kreisläufen zu denken birgt unendliche Schönheit

Mit der Grundeinstellung, dass wir bereits alles besitzen und geschaffen haben, was der Mensch je benötigt, und dass es Neues nur noch geben sollte, wenn es besser gemacht ist, unterwarf sich die Entwicklung von no excuses LANUR dem ältesten aller Kreislaufsysteme, der Natur. Denn besser machen heisst: nichts und niemandem schaden. Wenn es die Umwelt etwas kostet, wäre es von zukünftigen Generationen gestohlen.

Karin Lanz hat sich als Unternehmerin ganz der Kreislaufwirtschaft verschrieben. Könnte man meinen, das Thema Schönheit sei ein Oberflächliches, so wird man beim Projekt von no excuses LANUR schnell von der Tiefe und der kompromisslosen Liebe zum Detail überrascht. Natürlich wissen wir längst, dass Schönheit auch Gesundheit ist und umgekehrt Gesundheit auch Schönheit. Es liegt also eigentlich nahe, bei der Entwicklung für tägliche Pflegeprodukte keine Kompromisse zu machen. Die Ex-Medienfrau hat entsprechend tief gegraben und keinen Stein auf dem anderen gelassen, um ihrer Vision von einer gesunden Welt mit diesem Impact-Brand Leben einzuhauchen.





Jedes *Element* ist komplett kreislauffähig

no excuses LANUR ist Kosmetik nach einem Konzept, das unter die Haut geht. Sämtliche Produkte sind zuerst sicher – dann circular. Als weltweit erster Beauty-Brand sind Inhalt und sämtliche Verpackungselemente Cradle to Cradle Certified® Gold zertifiziert. Alles kann wieder vollständig in biologische Kreisläufe zurückkehren. Rohstoffe werden nicht mehr verschwendet, sondern lediglich geborgt. Das Konzept Abfall gibt es nicht mehr. no excuses LANUR hat sich damit dem höchsten wissenschaftlichen Zertifizierungsstandard unterworfen, den es im Bereich Kreislaufwirtschaft gibt. Für die Kosmetik bedeutet das, dass sämtliche Rohstoffe lückenlos deklariert und zertifiziert sind. Der Ansatz ist ganzheitlich. Transparenz ist der tragende Pfeiler.

Zur Sicherung des organischen Wachstums, bietet das Konzept von no excuses LANUR ein Baukastensystem für die Pflege der Haut. Jede und jeder soll seine Bedürfnisse abdecken können, ohne dass Rezepturen für Modetrends formuliert werden. Schöne und gesunde Haut ist ein ewiger Trend. Die Produktlinie wird stetig durch neue Erkenntnisse über kreislauffähige Wirkstoffe um einzelne Bausteine erweitert, denn auch unsere Haut durchläuft Zyklen und hat entsprechen wechselnde Bedürfnisse.

Es ist ein pures Vergnügen, die Haut zu verwöhnen und damit im Einklang mit der Natur zu sein. Darum ist der Ursprung der Rohstoffe auch besonders wichtig. Durch die Verwendung der ausgesuchten Rohstoffe fördert no excuses LANUR kleinbäuerliche Landwirtschaft, Biodiversität, ethische Handelsabkommen und Betriebe, die sich zu Grundsätzen der Naturkosmetik-Labels bekennen und Produktionsprozesse umstellen. Jedes Element ist vollkommen kreislauffähig.

Von der *Natur* borgen und unversehrt zurückgeben

Der eigentliche Schlüssel dafür, mit der Natur in Balance zu bleiben und den Bedürfnissen unserer modernen Gesellschaft gerecht zu werden, liegt aber darin, dass no excuses LANUR die Verantwortung für seine Produkte bis über deren Konsum hinaus trägt.

Damit die Reinheit der Materialien erhalten bleibt und sie sicher in unendlichen Kreisläufen geführt werden können, nimmt no excuses LANUR sämtliche Verpackungselemente direkt oder über ein stetig wachsendes Netzwerk an Partnern zurück. So wird sichergestellt, dass die Elemente in ihren technischen Kreisläufen möglichst lange weitergeführt werden.

Am Ende von no excuses LANUR steht immer der Anfang. Was nicht direkt zu einem neuen Produkt werden kann, wird industriell kompostiert und restlos und sicher der Erde wiedergegeben.

no excuses LANUR hinterlässt nichts, als ein gutes Gefühl auf und unter der Haut.

www.lanur.swiss



Karin Lanz, Gründerin
no excuses LANUR

VOTRE CERCLE DE VIE

EIN NACHHALTIGES UND EINZIGARTIGES
PROJEKT IN DER SCHWEIZ / VIEL MEHR
ALS EIN NACHHALTIGER BAUERNHOF

IM ZENTRUM DES
DORFES CHÂTEAU-
D'OEX IN DEN WAADT-
LÄNDER VORALPEN WIRD
BALD EIN PIONIERPRO-
JEKT IN SACHEN NACH-
HALTIGKEIT ENTSTEHEN,
DAS DEN SPITZNAMEN
«BAUERNHOF DER
ZUKUNFT» TRÄGT.





**SEIT 12 JAHREN ENTWICKELN
ESTHER UND NICOLAS MOTTIER-GERBER
EIN LANDWIRTSCHAFTSPAAR,
WELCHES DIESES PROJEKT TRÄGT,
DAS NACHHALTIGE UND INNOVATIVE
KONZEPT DES PROJEKTS VOTRE
CERCLE DE VIE MIT DEM
BIODYNAMISCHEN BAUERNHOF
ALS HERZSTÜCK.**

Mit ihrem Kernteam und über 500 Personen, die im Laufe der Jahre einbezogen wurden, werden Überlegungen und Forschungen angestellt, um den Menschen der Natur näher zu bringen, mit dem Ziel ein natürliches Gleichgewicht zu entwickeln und dieses zu bewahren. In der Tat kann man sich nur um etwas kümmern, das man kennt.

Nachhaltig - im Grossen wie im Kleinen

Es ist ein ganzheitliches Konzept, bei dem die Natur, Tiere, Pflanzen und Menschen zusammenarbeiten können, um den Übergang in eine nachhaltigere Welt zu beschleunigen. Das 18 Sektoren umfassende Gesamtprojekt zielt darauf ab, die siebzehn von den Vereinten Nationen vorgeschlagenen Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs) zu erfüllen und einen Einfluss auf die Gesellschaft zu haben.

Das Ziel ist klar: Es soll ein nachhaltiges Kompetenzzentrum geschaffen werden, das Landwirtschaft, Tourismus, Gesundheit und Bildung miteinander verbindet und als einzigartiger Mikrokosmos fungiert. Nachhaltigkeit wird in vollem Umfang in allen Bereichen gelebt. Es handelt sich um eine multidisziplinäre Empfangsinfrastruktur für die Sensibilisierung und Aufklärung der Öffentlichkeit über landwirtschaftliche Praktiken, Umweltschutz und die Begleitung von Unternehmen im Übergang zu mehr Nachhaltigkeit.

Der Unternehmensweg der Familie Mottier-Gerber begann mit der Umstellung des Familienbetriebs auf biodynamische Landwirtschaft, mit der Aufzucht alter Rinderrassen und der Rückkehr zu traditionellen, bodenschonenden Methoden. Danach folgte die Eröffnung der Naturheilpraxis und eines Bio- und Offenwarenladens in Château-d'Oex. Derzeit erstrecken sich die Aktivitäten weiter aus auf einen Second-Hand-Laden, einen Bio- und Offenwaren-Laden in Zweisimmen, zwei Bed & Breakfasts und auf die Stiftung Esprit Ensemble.

So besteht das Projekt auf einem 20 Hektar grossen landwirtschaftlichen Grundstück aus zwei Gebäuden, Bovino und Planto, welche beide unterschiedlich sind und sich gegenseitig ergänzen.

Bovino ist das Hauptgebäude, das aus dem Hügel herausragt und mit der umgebenden Natur verschmilzt. Es ist von organischer Architektur inspiriert und zeichnet sich durch ein 3000m² grosses, begrüntes Dach aus. Alle seine Räume werden in Symbiose mit der Natur bis ins Detail gestaltet, um sowohl das Lernen als auch Gesundheit und Wohlbefinden zu fördern.

In Bovino befinden sich der Stall des biodynamischen Bauernhofes, ein Bio-Restaurant, ein 4-Sterne-Superior-Hotel, ein Natur-Wellnesszentrum, eine individuelle Biogasanlage und eine Markthalle, welche auch als Tiefgarage genutzt wird.

Die Brücke zwischen Innovation und Tradition

Verschiedene nachhaltige und innovative Low-Tech-Technologien ermöglichen, es das Gebäude energieautark zu realisieren. Dazu gehören die Erzeugung von Strom und Gas für die Küche sowie die Wassererwärmung durch die individuelle Biogasanlage, die Rückgewinnung der Wärme der Kühe für die Heizung und die Abwasseraufbereitung.

Das zweite Gebäude «Planto» ist im traditionellen Stil des Pays-d'Enhaut gestaltet. Es profitiert ebenfalls von den Technologien, die bei «Bovino» zum Einsatz kommen. «Planto» umfasst die Rezeption, den Bio- und Offenwarenladen, Praxen für Allgemeinmedizin und Naturheilkunde, Unterrichtsräume und Schlafräume.

Beide Gebäude verbinden Tradition und Innovation. Sie werden aus natürlichen und lokalen Materialien mit möglichst geringem Ressourceneinsatz errichtet. Tatsächlich ist ein grosses Thema dieses Projekts, dem Modell der Kreislaufwirtschaft «cradle to cradle» so nahe wie möglich zu kommen: Von Lebensmitteln über Möbel, Energie und Wasser bis hin zu unseren Ausscheidungen wird alles gesammelt, umgewandelt und wiederverwendet!

Das Potenzial dieses Projekts auf nationaler Ebene wird von mehreren öffentlichen und privaten Einrichtungen erkannt, die tatkräftig mithelfen und an dieser Reise teilnehmen.

Derzeit warten wir nach jahrelanger Koordinationsarbeit mit dem Kanton Waadt und 21 beteiligten Dienststellen auf die letzte Genehmigung, um mit dem Bau beginnen zu können. Die Eröffnung des Zentrums ist für Ende 2024 geplant.

Ein dynamisches Familienunternehmen mit Geschichte(n)

Das Budget für den Bau eines solchen Projekts beläuft sich auf 40 Millionen Schweizer Franken. Es wird über verschiedene Finanzierungsformen realisiert. Von öffentlichen Geldern über Stiftungsbeiträge, Bankkredite, Privatkredite bis hin zum Sponsoring von Unternehmen und Spendern gibt es zahlreiche Möglichkeiten, sich finanziell an diesem Projekt zu beteiligen.

Parallel dazu zeichnet der Dokumentarfilm «Le Pari d'Esther» der Journalistin Camille Andres den Weg nach. Der Film wurde im Herbst letzten Jahres veröffentlicht und wird noch in verschiedenen Kinos und bei diversen Organisationen gezeigt.

Der Unternehmensweg der Familie Mottier-Gerber begann mit der Umstellung des Familienbetriebs auf biodynamische Landwirtschaft, mit der Aufzucht alter Rinderrassen und der Rückkehr zu traditionellen, bodenschonenden Methoden. Danach folgte die Eröffnung der Naturheilpraxis und eines Bio- und Offenwarenladens in Château-d'Oex. Derzeit erstrecken sich die Aktivitäten weiter aus auf einen Second-Hand-Laden, einen Bio- und Offenwaren-Laden in Zweisimmen, zwei Bed & Breakfasts und auf die Stiftung Esprit Ensemble.

Kontakt

Votre Cercle de Vie
Route de la Villa d'Oex 65
1660 Château-d'Oex
Suisse
+41 26 924 09 88
info@votre-cercldevie.ch
www.votre-cercldevie.ch

Dokumentarfilm «Le Pari d'Esther»
info@leparidesther.ch
www.leparidesther.ch

Wohltuende Momente mit dem GVB Schaden-Tee

Ein Schaden passiert meist unverhofft und ist sehr ärgerlich. Umso wichtiger ist es, sich danach zu entspannen und die innere Ruhe wiederzufinden. Mit einer wohltuenden Teemischung unterstützt die GVB Privatversicherungen AG ihre Kundinnen und Kunden dabei. Damit sie ihr Zuhause wieder so richtig geniessen können.

Abwarten und Tee trinken: Das traditionsreiche Getränk bringt seit Jahrhunderten Momente der Ruhe und Entspannung in den Alltag. Dieses Gefühl will die GVB Privatversicherungen AG ihren Kundinnen und Kunden auch im Schadensfall geben: Mit dem monatlichen Versand einer lokalen Tee-Mischung. Die Produkte und Dienstleistungen der Gebäudeversicherung Bern haben alle ein und dasselbe Ziel: den Rundumschutz des Zuhauses. Von Überschwemmungen über Erdbeben bis zu Glasbruch: Kundinnen und Kunden erhalten damit eine Extraportion Sicherheit.

«Berner Rosen» aus lokaler Produktion

Der erholsame Schaden-Tee entsteht in Zusammenarbeit mit Länggass-Tee. Die Berner Tee-Fachleute produzieren ihre Kreationen lokal, möglichst mit Schweizer Zutaten. Die ausgewählte Teemischung «Berner Rosen» vereint Apfelstücke, Karkade, Rosenblätter, Lindenblüten und Brennnesseln. Mit Zimt verfeinert ist der Aufguss leicht süsslich und lädt dazu ein, sich zu entspannen. Die Resonanz von Kundinnen und Kunden ist sehr positiv, der Teeversand ist ein wertvoller Beitrag zum direkten Kundenkontakt.

Nachhaltigkeit auch in der Verpackung

Nachhaltiger Umgang mit der Umwelt ist für die GVB Privatversicherungen AG sehr wichtig. Die Auswirkungen des Klimawandels sind für die Versicherung direkt spürbar: Elementarereignisse haben in den letzten Jahren zugenommen. Es ist Teil der Geschäftsstrategie, in allen Bereichen nachhaltig zu handeln. Darum setzt der Teeversand auf Cradle to Cradle®. Übersetzt bedeutet Cradle to Cradle «von der Wiege in die Wiege». Dieses Prinzip setzt auf Kreisläufe und generiert keinen Abfall. Cradle to Cradle® verwendet beim Druck und bei der Herstellung ausschliesslich Substanzen, die wirklich in den biologischen Kreislauf zurückgeführt werden können.

Was macht die GVB Privatversicherungen AG?

Die GVB Privatversicherungen AG steht für eine Extraportion Sicherheit rund um Gebäude. Die Tochtergesellschaft der Gebäudeversicherung Bern (GVB) bietet Versicherungslösungen für jedes Zuhause – und für jedes Bedürfnis.

Seit dem Jahr 2013 sorgt die Gebäudeversicherung Bern für einen optimalen Rundumschutz privater und kommerziell genutzter Immobilien in der ganzen Schweiz. Alleine im Kanton Bern vertrauen über 1.30'000 Kundinnen und Kunden auf ihre Leistungen.

Im Schadenfall hilft die GVB Privatversicherungen AG schnell und unkompliziert. Kompetent und effizient bearbeitet sie rund 20'000 Schadenfälle pro Jahr. Darunter Schäden durch Wasser, Vandalismus, Marder, Nager oder Insekten, Glasbrüche und viele mehr. Unsere Kundinnen und Kunden können Schäden auch online melden und bearbeiten. Über die Schaden-Assistance übernimmt die GVB Privatversicherungen AG auf Wunsch die gesamte Abwicklung und die Koordination der Reparatur mit den Handwerkern.

Für weitere Informationen:
gvb-privatversicherungen.ch

GVB
Wir versichern Ihr Gebäude.

Länggass-Tee: Berner Teekultur seit 1983

Vom kleinen Familienbetrieb zum florierenden Unternehmen: Länggass-Tee ist inspiriert von der uralten asiatischen Teekultur und geprägt von der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit dem Wundergetränk Tee.

Auf Reisen erworbenes Fachwissen und die Verbindung zum Ursprung des Tees speist den Alltag der Teefachleute. Im Laden und im TeeRaum, in Beratungen für Gastronomie und Detailhandel, in der Teeschule oder auf Teereisen: Das Produkt Tee bietet unzählige Möglichkeiten an unternehmerischer Entfaltung. Das mittlerweile 35-köpfige Team engagiert sich mit Herzblut für den Tee.

Ob klassisch, elegant oder liebevoll: Länggass-Tee bietet eine breite Palette von Teesorten und -mischungen – direkt im Ladenlokal in der Länggasse in Bern oder im Onlineshop unter

www.laenggasstee.ch



Kontakt und Information
Länggass-Tee Familie Lange AG
Länggassstrasse 47
3012 Bern
Telefon 031 302 15 28
info@laenggasstee.ch
www.laenggasstee.ch

«gusto22»-Sieger
Fynn Thielen vom The Dolder
Grand beim Wettkochen.



Nachhaltige Jugendförderung mit breiter Unterstützung

Seit bald 20 Jahren organisiert der Belieferungs- und Abholgrosshändler Transgourmet/Prodega alljährlich die Schweizer Meisterschaft für Kochlernende «gusto». Inzwischen hat sich der Anlass als beliebtes Förderinstrument für junge Kochtalente auf dem Weg zu grossen Kochkarrieren etabliert. Auch dank der grossen Unterstützung durch Sponsoren wie der Vögel AG.



Kochkunst von Kochlernenden:
Die Hauptspeise von «gusto22»-Sieger
Fynn Thielen.



Es war am 25. Februar 2005, als im Rahmen der Schweizer Meisterschaft für Kochlernende erstmals junge Kochtalente ihr Können noch während der Ausbildung einem breiten Publikum präsentieren konnten. Seither haben sich fast 2000 Kochlernende an die Herausforderung gewagt. Und auf Lorenz Wegelin, dem Sieger der ersten Ausgabe, folgten zahlreiche weitere Namen, die auch dank «gusto» heute fester Bestandteil der Kochbranche sind. Zum Beispiel Mario Garcia, «gusto»-Sieger von 2009. Später wurde er mit der Schweizer Junioren-Kochnationalmannschaft Weltmeister, gewann den Bocuse d'Or Suisse und erreichte beim Bocuse d'Or Weltfinale den 5. Platz. Oder Laura Loosli und Dalila Zambelli, «gusto19» beziehungsweise «gusto21»-Gewinnerinnen und heute Mitglieder der Schweizer Junioren-Kochnationalmannschaft, zusammen mit drei weiteren ehemaligen «gusto»-Teilnehmenden. Aktuellstes Beispiel ist Stefanie Steiner. Die Zweitplatzierte von «gusto18» ist seit Anfang 2022 Gastgeberin des Restaurants Hirschfarm in Adetswil.

Organisiert wird «gusto» vom Belieferungs- und Abhol-grosshändler Transgourmet/Prodega unter dem Patronat des Schweizer Kochverbandes. Daneben steuern zahlreiche Sponsoren grosszügige Unterstützung bei. Nicht nur Unternehmen aus der Lebensmittelbranche wie Bell, Emmi, Kadi und Valser. Auch solche, die nichts oder nur am Rande etwas mit Gastronomie zu tun haben, sind herzlich willkommen als Sponsoren. Dazu gehören beispielsweise Hebebühnenprofi Dhollandia, Nutzfahrzeughersteller Man oder das Druckerei-Unternehmen Vögeli AG. «Zum einen ist es für uns eine gute Möglichkeit, unseren Namen und unsere Leistungen in der Gastronomie und Lebensmittelbranche bekannter zu machen. Zum anderen liegt uns die Nachwuchsförderung besonders am Herzen. In unserer eigenen Branche, aber auch andernorts, wo Kreativität und Handwerk im Zentrum stehen», erklärt Renato Vögeli, Geschäftsleitungsmitglied der Traditionsdruckerei, dieses Engagement.

Kreativität und Wissen fördern

Ebendiese Nachwuchsförderung geschieht bei «gusto» auf breiter Ebene. Der Startschuss fällt jeweils im Sommer des Vorjahres mit der Ausschreibung und einer Wettbewerbsaufgabe, bei der aktuelle Trends aufgegriffen werden. Gleichzeitig ist auch fachliches Knowhow von den Kochlernenden gefragt. Gut vier Monate bleiben dann Zeit, Vor- und Hauptspeise gemäss den Vorgaben zu kreieren. Gegen hundert Lernende setzen sich in dieser Phase vertieft mit ihrem Beruf auseinander, tüfteln an kreativen Rezepten, unterstützt von ihren Lehrbetrieben und Berufsfachschulen. Die Wahl, wer den Sprung ins Finale schafft, trifft zum Schluss die Wettbewerbskommission des Schweizer Kochverbandes. Alle anderen gehen aber ebenfalls nicht leer aus: Sie haben etwa die Möglichkeit, an Ausflügen teilzunehmen und dabei mehr zu besonderen Lebensmitteln wie Fischen oder Gewürzen zu lernen sowie Kontakte zu Lernenden aus der ganzen Schweiz zu knüpfen.

Intensives Training, auch für LAP

Den neun erkorenen Finalteilnehmenden bleiben bis zum Wettkochen im Frühling mehrere Wochen Zeit für das Training. Nicht selten investieren sie dafür auch ihre freien Tage und Feierabende. Bis jeder Handgriff sitzt. Schliesslich haben sie beim Finale gesamthaft nur drei Stunden Zeit, ihr Menu zuzubereiten. Und das unter Beobachtung einer Fachjury. Bewertet werden Aspekte wie Mise en Place, wirtschaftliches Arbeiten, Kochtechniken oder Hygiene. Die Bedingungen sind dabei ähnlich wie später bei der Lehrabschlussprüfung - auch das bewusst als Vorbereitung. Eine zweite Jury degustiert die Gerichte anschliessend anonymisiert und vergibt Punkte für Geschmack und Präsentation.

Kontakte knüpfen

Nicht nur das Fachliche ist Teil der nachhaltigen «gusto»-Jugendförderung. Auch die grosse Plattform, auf der sich die Finalteilnehmenden präsentieren und Kontakte knüpfen können. Schon im Vorfeld des Wettkochens erhalten sie die Möglichkeit, ihr Menu einmal im Beisein des Teammanagements der Schweizer Kochnationalmannschaften zu trainieren und sich im Rahmen eines Apéros allen Sponsoren vorzustellen. Zum Schluss wartet die grösste Bühne: «gusto - the show», die Gala mit Rangverkündigung, die einen Tag nach dem Wettkochen stattfindet.

Rund 400 Einladungen werden für den Anlass verschickt - übrigens über das Einladungsmanagement campaigner 2.0 der Vögeli AG (siehe Box). Durch den Abend führt seit vielen Jahren TV- und Radio-Moderator Sven Epiney. Die Gäste kommen in den Genuss eines attraktiven Rahmenprogramms und eines exklusiven Dinners. Im Zentrum der Gala stehen aber die Finalteilnehmenden. Sie werden auf der Bühne gefeiert, inklusive Rückblick auf das Wettkochen und ihre Menus. «Für uns ist das immer ein ganz besonderer Anlass», schwärmt Renato Vögeli der Vögeli AG. «Es ist faszinierend, zu sehen, was diese Nachwuchstalente alles können. Gleichzeitig ist es ein wichtiger Networking-Event.» Davon profitieren auch die Finalteilnehmenden. Neben Familien, Freunden und Lehrbetrieben sind prominente Namen aus der Kochbranche sowie sämtliche Sponsoren und deren Gäste anwesend, wobei schon manche Weichen für spätere Kochkarrieren gestellt wurden. Neben der einen oder anderen Visitenkarte werden an diesem Abend ausserdem attraktive Preise verteilt: Traditionell gewinnen die drei «gusto»-Erstplatzierten Reisen in Übersee, Europa beziehungsweise in der Schweiz - Reisen mit Einblicken in Küchen renommierter Hotels und Restaurants. Als Vorbereitung für die Zukunft.

«gusto»-Einladungsmanagement via campaigner der Vögeli AG

Seit drei Jahren setzt Transgourmet/Prodega beim Einladungsmanagement von «gusto» auf den campaigner der Vögeli AG. «Schon zuvor hatten wir verschiedene Tools ausprobiert, aber bei keinem stimmen Preis-Leistung für uns so gut, wie hier», so Projektleiter Renato Artoni. Die Gäste werden online erfasst, Einladungen individuell gestaltet und direkt via campaigner verschickt. «Über das Onlinetool kann ich anschliessend nachverfolgen, wer den Link bereits angewählt beziehungsweise wer sich an- oder abgemeldet hat, inklusive allfälliger Zusatzangaben.» Vor dem Anlass lassen sich Erinnerungs-SMS versenden, auch ein QR-Code für den Eintritt wird digital zugestellt. Mit diesem läuft die Eintrittskontrolle quasi automatisch, bis hin zum Drucken der Namensschilder direkt vor Ort. Auf Wunsch werden von der Vögeli AG sogar individuelle Funktionen zusätzlich programmiert. «Ein sehr flexibles und übersichtliches Tool, das uns die Arbeit sehr erleichtert», sagt Renato Artoni, der inzwischen auch bei «gusto»-Reisen, Teamevents oder Transgourmet-Golfturnieren auf den campaigner der Vögeli AG setzt.



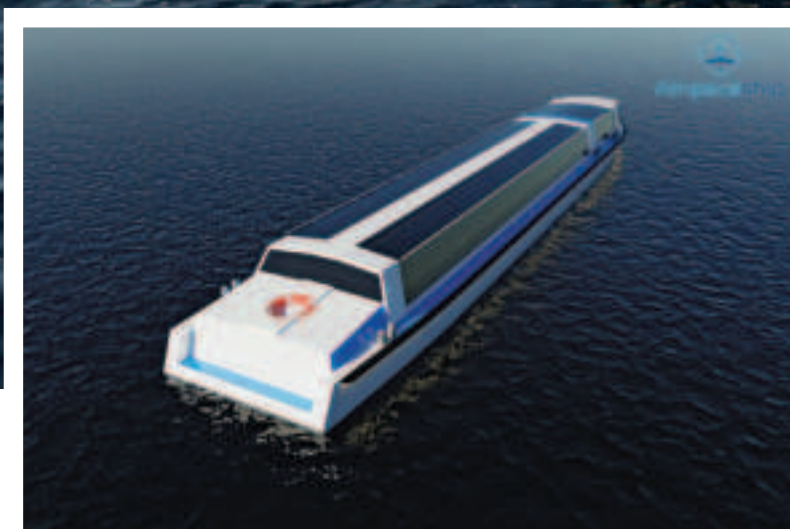


Die Zürichsee-Schifffahrt setzt auf alternative Antriebe für Limmatboote

Seit mehr als 30 Jahren sind die Limmatboote Felix, Regula und Turicum der Zürichsee-Schifffahrtsgesellschaft (ZSG) im Einsatz. Während der Sommersaison zwischen April und Oktober transportieren die drei «schwimmenden Busse» täglich unzählige Ausflügler vom Landesmuseum bis zum Zürichhorn und wieder zurück. Während der knapp einstündigen Rundfahrt geht es vorbei an verschiedenen Sehenswürdigkeiten entlang des Zürcher Hausflusses Limmat.

Roman Knecht - ZSG-Direktor

MIT DEM ELEKTROANTRIEB SENKEN WIR DEN CO₂-AUSSTOSS UM ÜBER 100 TONNEN PRO JAHR.



Allerdings: 30 Jahre sind nicht ganz spurlos an den jeweils 51 Passagiere fassenden Limmatbooten vorbeigegangen. Antriebsmotoren und Getriebe haben das Ende ihrer Lebensdauer erreicht. Da eine Ersatzteilbeschaffung nicht mehr gewährleistet werden konnte und darüber hinaus der Innenraum für Fahrgäste und Personal nicht mehr zeitgemäss ist, hat die ZSG sich für die Anschaffung dreier neuer Limmatboote entschieden. Und die sind vor allem eines: nachhaltig. Statt Diesel kommt in Zukunft Strom zum Einsatz, denn die ZSG setzt auf einen vollelektrischen Antrieb. Der «Saft» für die drei kleinen Schiffe stammt zum Teil aus eigener Stromerzeugung. Die Nachhaltigkeitsstrategie der ZSG sieht unter anderem die Installation einer Photovoltaik-Anlage auf dem Werftgelände in Zürich-Wollishofen vor. Bis diese in Betrieb genommen wird, werden die Limmatboote mit Ökostrom geladen.

Gebaut werden die drei Limmatboote übrigens im ostdeutschen Stralsund. Die Firma Ostseestahl hat sich den rund sechs Millionen Franken schweren Auftrag im Ausschreibungsverfahren sichern können. Das Unternehmen hat Erfahrung im Bau elektrobetriebener Schiffe, ist doch das Tochterunternehmen Ampereship auf die Herstellung emissionsfreier Elektro-Solarschiffe spezialisiert.

Das erste Limmatboot wird bereits im Mai 2022 den langen Weg von der Ostsee an den Zürichsee antreten. Im Laufe des Jahres wird das noch namenlose Schiff dann auf verschiedenen Testfahrten zum Einsatz kommen - vorerst allerdings ohne Fahrgäste. Die müssen sich noch bis zum Frühjahr 2023 gedulden. Dann werden auch die beiden anderen Limmatboote auf dem Zürichsee landen. Bevor die drei Elektroschiffe den Anker lichten, werden sie natürlich noch standesgemäss getauft.

Das Thema Nachhaltigkeit spielt bei der ZSG eine wichtige Rolle. Das Unternehmen hat es sich zum Ziel gesetzt, die erste emissionsfreie Schifffahrtsgesellschaft der Schweiz zu werden. Im Rahmen von Neumotorisierungen und Innenausbauten werden regelmässig alternative Antriebe geprüft und umweltfreundliche Materialien verwendet. Viele Arbeiten an der 17 Schiffe umfassenden Flotte werden in Eigenregie durchgeführt.

Die neuen Limmatboote sind der erste Schritt in eine emissionsfreie Zukunft. Sie versprechen nicht nur weniger Lärm, sondern vor allem auch einen geruchsneutralen Verkehr in der historischen Altstadt Zürichs. Vor allem an heissen Tagen haben die alten Diesel-Schiffe für manches Naserümpfen gesorgt. Darüber hinaus leistet die ZSG einen wertvollen Beitrag zur Energiewende. «Mit dem Elektroantrieb senken wir den CO₂-Ausstoss um über 100 Tonnen pro Jahr», sagt ZSG-Direktor Roman Knecht.

Wettbewerb - finde unsere Pionierarbeiten

MANCHMAL ERSCHEINT UNS DAS VÖGELI-UNIVERSUM FAST WIE EIN EIGENES ÖKOsystem: LEBENDIG, GRÜN, VIELFÄLTIG UND STÄNDIG IN BEWEGUNG! SIEHST DU WAS, WAS WIR AUCH SEHEN? TAUCH EIN IN UNSERE WELT UND LASS UNS WISSEN, WAS DU ALLES ERSPAHT. DIE NEUGIERIGSTEN ENTDECKER UND WACHSAMSTEN AUGEN WERDEN BELOHNT!

UND SO GEHT'S:
SCHAU DIR DAS WIMMELBILD AUF DEN FOLGSEITEN SCHON EINMAL GENAU AN, DER ERSTE EINDRUCK IST IMMER WICHTIG! UNTER DIESEM LINK FINDEST DU 11 FRAGEN ZU DEN PIONIERARBEITEN VON VÖGELI'S:



ERKENNE DIE KLEINEN DETAILS UND GEWINNE GROSSE PREISE!



Magnum-Flasche Sasso Bucato aus der Toscana von RIEM, DAEPP & Co. AG

Kemmeriboden-Merängge

CALIDA-Gutschein für 100% Nature Produkte

Kaleio-Jahresabo

Kochkurs in der emme Küche

Holz-Spiel as.games

Chäsbox-Abo vom Chäser

We are zrc1 Gutschein

Reisegutschein von Globetrotter

111
Preise
zu gewinnen.

Würfelset SDG

Samen-Visitenkarten Gutschein für 100 Visitenkarten

Emmentaler Högerli

Votre cerlce de vie. Anlass selber käsen.

Bayonix Getränkeflasche

Art-en-ciel Spiel

Gutschein Lanur Kosmetik

Ausflug mit dem Bike in den Vögeli-Wald inkl. Verpflegung im Steigärtli

Der Wimmel-Himmel der Vögeli AG





Zurück zu den Wurzeln

Das tschutti heftli ist ein Sammelalbum der besonderen Art - darin werden kleine Kunstwerke anstatt Porträtfotos geklebt.

16 Teams spielen diesen Sommer um den Titel der Fussball-Europameisterin 2022. Zu diesem Fussballfest leistet auch tschutti heftli einen Beitrag. Es ist das erste Album zu einem Turnier der Frauen. Die Macher:innen wollten schon lange ein solches publizieren - schaffen trotz viel Herzblut aber nur ein Album alle zwei Jahre. Aufgrund der Corona-Pandemie wurde das Turnier vom Sommer 2021 in den Sommer 2022 verschoben. So passte die EM perfekt in den Zweijahres-Rhythmus.

Lia Wälti wählte Illustrationen

Das tschutti heftli gibt dem Fussball seit 2008 ein künstlerisches Gesicht: Jedes Team wird von verschiedenen Künstler:innen illustriert, die in einem Wettbewerb ermittelt werden. Über 180 Zeichner:innen haben Bilder für das Luzerner Sammelalbum zur Fussball-EM 2022 eingesandt. Eine Jury, in der unter anderem die Schweizer Fussball-Nationalspielerin und Langnauerin Lia Wälti sass, wählte daraus 16 Künstler:innen, die die Teams für das alternative Sammelalbum zur EM der Frauen 2022 gestalten.

Das Album 2022 ist das achte Sammelalbum aus Luzern. Auch dieses Jahr sind diverse Stile vertreten: gestickt auf Stoff, in Pixeloptik oder mit tätowierten Gesichtern. Neben den an der EM vertretenen Teams finden sich im Heft auch elf Maskottchen. Diese haben Teilnehmende in der Kategorie für unter 13-Jährige entworfen. «Nilla» - eine Tüte Chips - ist das offizielle tschutti-heftli-EM-2022-Maskottchen. Das Heft ist aber nicht nur ein Sammelalbum mit speziellen Stickern. Ein Teil des Erlöses geht jeweils an gemeinnützige Organisationen. In diesem Jahr unterstützt tschutti heftli den Förderverein Florijana Ismaili, der sich für Mädchen und Frauenfussball einsetzt.

Nachhaltig drucken und sammeln

Erstmals erschien das Heft vor vierzehn Jahren, handgemacht in Luzern. Seitdem waren die Produktion professioneller, die Auflage höher und die Lieferketten länger geworden. Um einen Beitrag zu einer nachhaltigeren Gesellschaft zu leisten, produziert der Verein tschutti heftli dieses Jahr wieder so lokal wie möglich mit Cradle to Cradle-Gold-Zertifikat in Langnau - ausschliesslich mit Substanzen, die sicher in den biologischen Kreislauf zurückgeführt werden können. Auch bei der Verpackung gehen die Macher:innen neue-alte Wege: In Zusammenarbeit mit den Ateliers für Frauen - eine Arbeits- und Bildungswerkstätte des SAH Zentralschweiz - haben sie den ganzen Fertigungsprozess überarbeitet und setzen auf Upcycling. Sammelalben der letzten EM, die infolge der Pandemie nicht verkauft wurden, werden in den Ateliers für Frauen und in der JVA Grosshof zu Tüten verarbeitet und von Hand befüllt - wie es bei der ersten Ausgabe passierte. Gestaltet hat das Heft die Grafikerin Amanda Haas mit einem Konzept, das Unsichtbares sichtbar macht. Derart visuell attraktiv gilt es diesen Sommer den Frauenfussball zu feiern, ausgetragen im Mutterland des Fussballs. It's coming home!



Ein nachhaltiges Geschenk zum Jubiläum

Hat man Geburtstag, beschenkt man sich gelegentlich auch selbst. Handelt es sich dabei um einen stolzen Geburtstag von 111 Jahren, kann das Geschenk durchaus etwas grösser ausfallen - zum Beispiel in Form von zwei Hektaren Wald.



Unser Wald

Name: Spychergrabewald
Fläche: 18'556 m² Wald und Gewässer
Ort: hintere Lüderen (Gustihüttli), innerhalb des kantonalen Naturschutzgebietes Napf
Art des Waldes: Mischwald
Nutzung: als vielseitigen Lebensraum für Flora und Fauna

Fakten zum Wald in der Schweiz

1.32
Millionen ha

1/3 der Fläche der Schweiz ist mit Wald bedeckt. Im Emmental ist der Anteil Wald noch grösser.



65
Bäume

Pro Einwohner in der Schweiz stehen 65 Bäume in den Wäldern.



1500
Jahre

Die ältesten Bäume in Schweizer Wäldern sind 1500 Jahre alt.



3
Sekunden

Alle 3 Sekunden wächst in der Schweiz ein Kubikmeter Holz nach.



48.3
km²

Die Waldfläche in der Schweiz nimmt pro Jahr um die Fläche des Thunersees zu.



Der Spychergrabewald liegt inmitten der Emmentaler Hügellandschaft und des Naturschutzgebietes Napf, unweit von Langnau entfernt. Stolze Besitzerin dieses knapp zwei Hektaren grossen Waldstücks ist seit Kurzem die Vögeli AG. Sie hat sich zu ihrem 111-jährigen Jubiläum selbst ein Geschenk gemacht und den Spychergrabewald erworben. Nun handelt es sich bei einem Wald ja nicht gerade um ein alltägliches Geschenk, doch für die beiden Geschäftsführer der Vögeli AG, Markus und Renato Vögeli, hat Wald in mehrfacher Hinsicht eine besondere Bedeutung. «Wald ist für uns als Druckerei ein wichtiger Rohstofflieferant» erzählt Renato Vögeli. «Papier und Karton bestehen hauptsächlich aus Holz, ohne Wald könnten wir unser Handwerk nicht ausüben.» Wald bedeutet für die beiden Brüder aber auch Heimat, denn die charakteristische Hügellandschaft des Emmentals ist weitgehend mit Wald bedeckt. «Wald gehört zum Emmental und ist für einen Emmentaler der Inbegriff von Natur», beschreibt es Renato Vögeli. Und nicht zuletzt ist der Wald für Markus und Renato Vögeli Erholungsraum. Beide verbringen einen grossen Teil ihrer Freizeit im Wald, sei es beim Wandern, Biken, Bräteln oder, um mit ihren Kindern die Natur zu entdecken. Insgesamt wird der Wert des Waldes aus Sicht der beiden unterschätzt, wenn man bedenke, was der Wald für die Gesellschaft leiste. Aus diesem Grund haben sie sich entschieden, Waldbesitzer zu werden.

Suche nach dem passenden Waldstück

Doch wie wird man heutzutage Waldbesitzer? Ganz einfach, nämlich per Inserat: «Unter dem Titel «Zu kaufen gesucht: Wald» haben wir im Anzeiger Oberes Emmental ein Inserat geschaltet», erzählt Renato Vögeli. Daraufhin hätten sich einige Personen gemeldet, die ihre Waldstücke zum Verkauf anboten. Dabei handelte es sich in erster Linie um Waldstücke, die an exponierten, beziehungsweise sehr steilen Lagen liegen – an Orten also, an denen der Wald kaum Ertrag abwirft, da er schlicht nicht zugänglich oder zu steil zum Holzen ist. Es waren genau solche Waldstücke, wie sie Renato und Markus gesucht haben, denn für die beiden Brüder steht die Nutzung des Waldstücks nicht im Vordergrund. Vielmehr wollen sie der Natur ein – wenn auch kleines – Stück zurückgeben und das erworbene Waldstück weitgehend seiner eigenen Entwicklung überlassen. Ein Förster übernimmt die notwendigsten Arbeiten, ansonsten soll das Waldstück der Natur gehören und Lebensraum für die verschiedensten Tier- und Pflanzenarten bieten. Der Spychergrabewald hat für die Vögeli AG denn auch mehr ideellen Wert, oder wie es Renato ausdrückt: «Genau wie der Wald lebensnotwendige Werte für unsere Gesellschaft generiert, ist es das Ziel der Vögeli AG, Werte für eine positive Zukunft zu schaffen.»

Unterwegs rund um den Vögeli-Wald

Rund um den Spychergrabewald lässt sich so einiges erleben – die beiden Waldbesitzer, Renato und Markus Vögeli, geben Tipps zu Ausflügen und genussvollen Wanderpausen in der Nähe des Vögeli-Waldes.

Höhenwanderung mit Panoramablick oder abenteuerliche Biketouren

Die Lüderenalp ist der perfekte Ausgangspunkt für Touren aller Art, sei es zu Fuss oder mit dem (E-) Bike. Eine spektakuläre Aussicht auf die Alpenkette und den Jura bietet zum Beispiel die vierstündige Panoramawanderung von der Lüderenalp auf den Napf. Wer lieber mit dem Bike unterwegs ist, kann in Langnau zu einer Rundtour über die Lüderenalp und die Hohmatt starten. Unterwegs wartet auch da ein wunderbarer Blick auf das Alpenpanorama. Die «Lüdere-Rundi» eignet sich für alle, die mit dem E-Bike unterwegs sind. Auf dieser «Hügu-Himu»-Rundstrecke warten Geheimwege, eine rauschende Abfahrt und ein grossartiger Weitblick in die Hügellandschaft des Emmentals.

Für gemütliche Wanderpausen

Wer im «Steigärtli» einkehrt, geniesst neben selbst-gebackenem Kuchen die Aussicht auf die Hügellandschaft des Emmentals. Das sympathische «Bäsebeizli» bietet eine kleine Auswahl an Süssem oder Salzigem mit Selbstbedienung.

Selbstverständlich kann auch der Rucksack mit Ämmitaler Spezialitäten gefüllt werden. Der «Hagu-Hans-Chäs», das «Schnouserli» und das «Luftibus-Bier» sorgen für genussvolle Pausen unterwegs.

Neue Energie lässt sich auf der längsten Sitzbank aus einem einzigen Stamm tanken. Ganze 38 Meter lang ist sie und steht beim Hotel Bärsicht auf der Lüderenalp. Sie lädt zum Ausruhen, Plaudern und Geniessen ein.

Die Geheimnisse des Waldes entdecken

Wer die Geheimnisse des Waldes entdecken möchte, ist auf dem Waldlehrpfad am richtigen Ort. Neugierige erfahren dort, was ein Plenterwald ist, oder wie viele Fliegenlarven in nur gerade 30 Zentimeter Waldboden leben. Der Rundgang startet in Langnau und dauert 1,5 Stunden. Beim Start wartet für die Kleinen ein grosser Spielplatz, für das Picknick unterwegs hat es eine Brätlistelle mit Holzvorrat.



Kreatives
aus Holz!

as.games

... die Vergangenheit

Angefangen hat alles vor etwa 20 Jahren mit der Liebe zu den Knobelspielen, der Herausforderung, auch komplizierte Aufgaben spielerisch lösen, und damit Arbeit und Hobby ein wenig miteinander verbinden zu können.

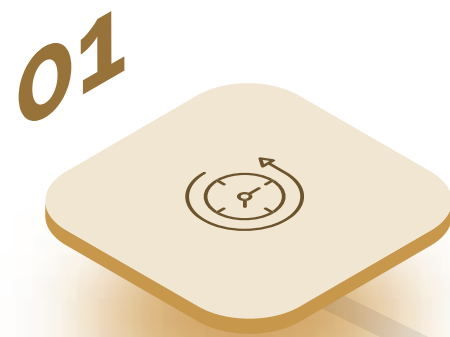
Viele Spiele wurden in Thailand hergestellt und das Holz aller unserer Spiele war und ist Plantagenholz aus nachhaltigem Anbau.

Die Auswahl an Spielen ist riesig und selbst bei den Klassikern waren Spiele dabei, die in Europa kaum bekannt waren oder in Vergessenheit geraten sind.

Auch in der Vergangenheit erfolgte eine Prüfung auf Nachhaltigkeit bei jedem Arbeitsschritt und ein sparsamer Umgang mit jeglichen Ressourcen war uns immer ein Anliegen. Am Anfang allerdings mit anderen Prämissen. Beispielsweise entsprechen die alten Verpackungen weder dem Zeitgeist noch sind sie besonders nachhaltig.

Wir haben Entscheidungen getroffen und befinden uns gewissermassen in einer Transformationsphase.

Das Thema Kreislaufwirtschaft spielte und spielt dabei eine wesentliche Rolle und wird in allen Entwicklungs- und Produktionsstufen, bei Verpackung und Vertrieb immer stärker einfließen.



... die Gegenwart

Wir suchen den direkten Kontakt zu den Anwendern! Messen, Märkte und Events bieten einen Rahmen aber die Verknüpfung von Analogem und Digitalem ist das Zeichen der Zeit.

Haptische Erlebnisse zu schaffen, gerade jetzt «nach» Corona, unterstützt den multisensorischen Ansatz. Es ist Teil unserer Strategie herkömmliche UND digitale Vertriebskanäle miteinander zu verknüpfen und zu kombinieren.

Mit unseren Gesellschaftsspielen wollen wir eine Verbindung zwischen den Generationen schaffen - uns schwebt vor, dass alle Altersgruppen neben den digitalen Angeboten wieder mehr miteinander spielen.

Unsere Logik- und Knobelspiele fördern die Entwicklung verschiedener positiver Eigenschaften und schärfen Sinne, wie die haptische Wahrnehmung oder das räumliche Vorstellungsvermögen.



... die Verpackung

Die Produkte UND die Verpackungen sind personalisierbar. Auf der Verpackung ist ein entsprechendes Feld für handschriftliche Personalisierung. Dafür geeignete Spiele können mit einer Gravur versehen werden, die direkt im Browser bei der Bestellung vorbereitet werden kann.



Die Website soll als Informationsplattform dienen. Die Geschichte der Spiele, historische Infos, die vielfältigen Spielmöglichkeiten sowie Anleitungen und Lösungen sollen bereitgestellt werden und sind per QR-Code abrufbar.

Bereits heute sparen wir wesentlich Papier ein, indem die Anleitungen und Lösungen nicht mehr auf einem Beiblatt

extra gedruckt werden. Die Anleitungen und Lösungen sind per QR-Code in der Verpackung abrufbar.

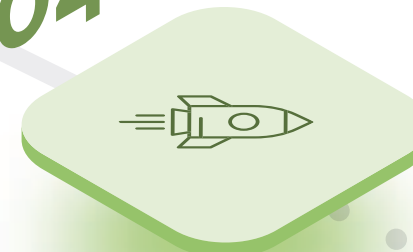
Die neuen Verpackungen, die nach und nach die alten ersetzen, stellt die Vögeli AG her, die weltweit die erste Druckerei war, die Cradle to Cradle Certified TM Gold zertifizierte Produkte anbot. Bei der Produktion nach dem Cradle to Cradle®-Prinzip werden für den Druck ausschliesslich Substanzen verwendet, die sicher in den biologischen Kreislauf zurückgeführt werden können.

Unser Partner Xperti.ch lanciert Aktionen, Challenges und Events im www und auf verschiedenen Social Media-Kanälen.

03



04



Die nachhaltige Verpackung der as.games ist personalisierbar

... die Zukunft

Forcieren der Web-Aktivitäten, weil wir ein Feedback auch für unsere neuen Spiele brauchen.

Zukünftig verwenden wir zertifiziertes Holz aus heimischer Produktion bzw. Flüssigholz, das zu 100% recyclingfähige Holzbestandteile enthält.

Stichworte: Kreislaufwirtschaft! und Made in Switzerland!

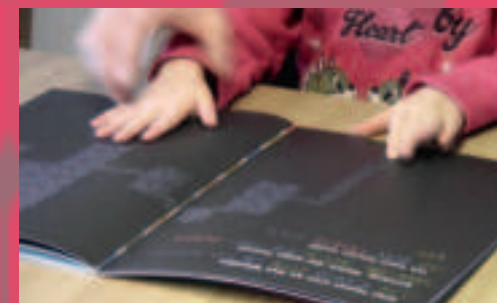
Getestet wird auch ein erdölbasiertes Polymer, bei dem alle verwendeten Materialien, Chemikalien und Farbstoffe komplett umweltverträglich sind.

Ein erstes universelles Spiel liegt als Prototyp vor. Bei der Konstruktion, Entwicklung und Herstellung der neuen Spiele aus nachhaltigem Material arbeiten wir mit der im Kanton Bern ansässigen Firma Swicos GmbH aus Nidau zusammen. Die absolut umweltfreundliche Verpackung wird weiterhin von der Vögeli AG Langnau i.E. aus Cradle to Cradle Certified TM Gold zertifizierten Druckprodukten hergestellt.

In fast alle Prozesse werden Menschen mit Beeinträchtigungen einbezogen:

- Die Blindenschule Zollikofen unterstützt uns bei der Entwicklung der Spiele
- Das Atelier B in Köniz unterstützt uns bei Entwicklung, Verarbeitung und Versand
- Die Stiftung Dammweg in Ipsach entwickelt und produziert einen Teil der Spiele

Punkt für Punkt: Alex und Lilani entdecken die Welt der Buchstaben



Mit der Heftreihe «Punkt für Punkt: Alex und Lilani entdecken die Welt der Buchstaben» liegt ein erstes inklusives und wissenschaftlich evaluiertes Lernmittel vor, das Vorschulkindern mit Blindheit, sowie mit und ohne Sehbeeinträchtigung in neun Bänden an die Schrift heranhöhrt. Entwickelt und gestaltet hat es ein internationales Forschungsteam der Hochschule der Künste Bern HKB und der Pädagogischen Hochschule Heidelberg PH HD.





Ausgangslage

Sehende Kinder im Vorschulalter entdecken täglich typografische Zeichen und begegnen der Schwarzschrift in den unterschiedlichsten Situationen und Formen, selbstständig oder begleitet. Wenn man Kindern vorliest, haben sehende Kinder den Vorteil, dass sie die Buchstaben sehen und mit der Zeit – meist noch bevor sie eingeschult werden – den einen oder



anderen erkennen oder nachzeichnen können. Das ist für blinde Kinder in dieser Form und in dieser Vielfalt nicht möglich, weil ihre Umgebung in den seltensten Fällen mit der Punktschrift (Brailleschrift) ausgestattet ist. Bei blinden Kindern ist ein Schriftkontakt, bevor sie in die Schule kommen also wesentlich seltener und im Grund niemals zufällig möglich. Das ist ihren sehenden Kameraden gegenüber ein eklatanter Nachteil. Aus diesen Gegebenheiten und der Tatsache, dass es weder in Pädagogischen Einrichtungen noch im frei zugänglichen Büchermarkt speziell konzipierte Lernmittel für die gemeinsame Annäherung blinder und sehender Kinder an den Schriftspracherwerb im Vorschulalter gibt, ist die Idee zu einem inklusiven Lernmittel entstanden.



Von der Idee zum Projekt

2008/2009 bildete sich an der Hochschule der Künste Bern HKB ein Forschungsteam das sich zum Ziel setzte, für blinde und hochgradig sehbeeinträchtigte Kinder im Vorschulalter ein Lernmittel zu schaffen, das diese an die Brailleschrift heranführt. Nach ersten Recherchen und Analysen wurde klar, dass es solche Lernmittel auf dem Markt kaum gab. 2010 folgte die Einreichung des ersten Forschungsprojektes «Punkt, Punkt, Komma, Strich» an der Berner Fachhochschule BFH. Die Ziele des Projekts waren, einerseits die gestalterischen Grundlagen für Übungs- und Lehrmittel zu erforschen, die der Sensibilisierung des Tastsinnes von blinden und sehbehinderten Kindern im Vorschulalter dienen sowie andererseits ihre sehenden Geschwister, Eltern und Freunde gleichzeitig in den Lernprozess miteinzubeziehen. Die gestaltungstheoretischen und -praktischen Grundlagen hierzu lagen damals nicht vor. Mit dem erarbeiteten Prototyp sollten die Kinder spielerisch auf das Erlernen der Brailleschrift vorbereitet und ihre Finger für Formen, Materialien etc. sensibilisiert werden. Die Ergebnisse flossen 2013 in das Folgeprojekt ein, das vom Schweizerischen Nationalfonds SNF unterstützt wurde.

Der Weg vom SNF-Forschungsprojekt über das finalisierende Folgeprojekt zum Produkt

Aus dem SNF-Forschungsprojekt der Hochschule der Künste Bern HKB (CH) und der Pädagogischen Hochschule Heidelberg (D) ging das Konzept für die pädagogisch und didaktisch abgestützte Lernmittelreihe mit adäquater Gestaltung in neun Bänden hervor, von denen zwei Prototypen wissenschaftlich evaluiert wurden. Diese beiden

Bände «Alex und die Reise zu den Musterinseln» und «Alex im Land der Unterschiede» bereiten sehende, sehbehinderte und blinde Kinder mit farbig und taktil gestalteten Geschichten auf den Schriftspracherwerb vor. Die darin gestellten Aufgaben machen Kindern wesentliche Vorläuferfertigkeiten (Einsicht in den Aufbau von Schrift, Kennenlernen von Schriftelementen, Differenzierung der Wahrnehmungsleistungen etc.) spielerisch zugänglich. Dabei entsprechen die Hefte den allgemeindidaktischen sowie blinden- und sehbehindertenspezifischen Anforderungen.

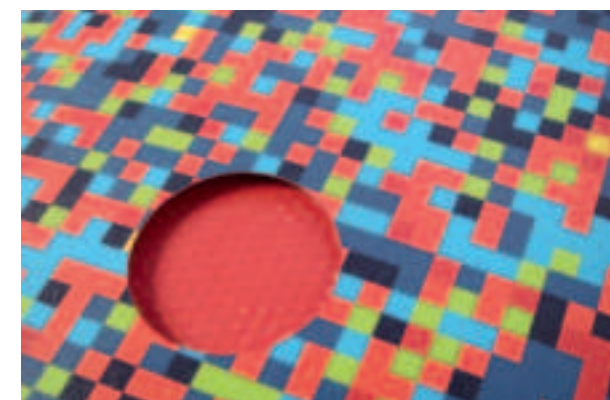
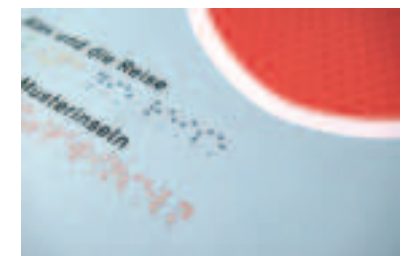
Auf der Grundlage dieser zwei Prototypen entwickelte das Team ab 2018 die restlichen sieben Bände weiter, mit der finanziellen Unterstützung verschiedener Stiftungen, allen voran der Gebert Rüt Stiftung.

Die inklusive Lernmittelreihe: Alex und Lilani entdecken gemeinsam die Welt

Als Hauptprotagonisten der neu entwickelten Lernmittelreihe agieren nun Alex, ein Braillepunkt in Originalgrösse und Lilani, eine kleine Linie. Integriert in kindgerechte und handlungsorientierte Geschichten findet die Auseinandersetzung mit Braille- und Schwarzschrift anhand von visuellen und haptischen Aufgabenstellungen statt. Dabei bildet eine Doppelseite jeweils eine Text-/Bild- bzw. Tastübungseinheit ab. Damit eine wirtschaftliche Produktion der Lernmittelreihe garantiert werden konnte,



wurde der Schwerpunkt auf integrierte Förderaspekte zum Schriftspracherwerb mit eröffnenden Handlungsmöglichkeiten im Text gelegt und nicht auf eine umfangreiche Materialsammlung. Um dennoch die für die Sensibilisierung des Tastsinnes notwendige Material- bzw. Handlungs- vielfalt zu gewährleisten, liegt jedem Band eine Anleitung bei, mit angewandten Spiel- und Übungsanregungen für vor- und mitlesende Bezugspersonen.



Aufbau und Gestaltung der neun Bände

Die Bände folgen dem «Emergent Literacy-Ansatz», bauen inhaltlich aufeinander auf und jeder Band ist in sich abgeschlossen. Drei Bände widmen sich jeweils einem entsprechenden Entwicklungsniveau:

- Bände 1-3: Entwicklungsniveau 1:
Schwerpunkt Musterunterscheidung und Linienverfolgen
- Bände 4-6: Entwicklungsniveau 2:
Schwerpunkt Formerkennung
- Bände 7-9: Entwicklungsniveau 3:
Hinführung zur Buchstaben- und Worterkennung

Das Format wurde so gewählt, dass Text und Bild in einer angemessenen Grösse dargestellt werden können und dennoch handlich und übersichtlich für Kinder im Vorschulalter ist. Daneben achtete das Forschungsteam darauf, so nahe wie möglich an formale Konventionen von Heften oder Büchern für Sehende anzuknüpfen, um die visuelle Barriere so klein wie möglich zu halten. Deshalb werden die Hefte mit einer Fadenbindung zusammengehalten, wodurch sich eine Doppelseite ganz öffnen lässt, ohne dass beim «Mit-der-Hand-über-die-Seiten-Gleiten» im Bund eine haptische Irritation stattfindet.

Der Lesetext gliedert sich Zeile für Zeile immer gleich: Auf der ersten Zeile befindet sich die nicht erhabene Schwarzschrift. Darunter folgt der gleiche Text in erhabener Brailleschrift (Vollschrift) mit nicht erhabener Codierungszeile. Durch diese Reihenfolge kann das blinde Kind beim Vorlesen gleichzeitig mit dem Finger mitlesen, ohne den Text für die vorlesende Person zu verdecken. Die Codierungszeile ermöglicht dem sehenden Umfeld die Übersetzung der Braillezeichen in die Schwarzschrift, Buchstabe für Buchstabe. Ebenfalls ergibt sich durch die abwechselnde Gliederung von Schwarz- und Brailleschrift beim Brailletext eine Zwischenzeile, die beim ersten Lesen zur besseren Orientierung dient.

Da das taktile Erfassen von Reliefabbildungen deutlich aufwändiger (kognitiv und motorisch) und zeitintensiver im Vergleich zum visuellen Bilderkennen ist, wurde die Bildsprache so einfach und abstrakt wie möglich gewählt. Die Charakteristika der dargestellten Formen eröffnen sich weitgehend durch die jeweilige Geschichte. Die flächigen Formen und Texturen grenzen sich jeweils durch deutliche Linien voneinander ab, um diese klar von ihrer Umgebung zu unterscheiden. Ebenfalls wurde auf Überschneidungen von Linien verzichtet, um die tastenden Finger nicht unnötig zu verwirren.

Zur Unterstützung der Lesebedürfnisse von hochgradig sehbehinderten Kindern wurde eine kontrastreiche Farbwahl getroffen. Zudem ist die farbenfrohe Gestaltung ansprechend und stimulierend für sehende Kinder sowie für die ganze Familie.

Kompakt zusammengehalten werden die neun Bände in der praktischen Aufbewahrungs-Box inkl. Braille-Würfel.

Ausblick

Der Verkaufserlös aus der Lernmittelreihe wird vollumfänglich mit fortlaufend zu generierenden Spendengeldern in die Übersetzung in weitere Sprachen fliessen, um das Lernmittel auch international zugänglich machen zu können. Erste Kontakte mit einer Westschweizer Beeinträchtigtenorganisation bestehen bereits.



Übersicht mit Fakten und Zahlen:

- Voraussichtlicher Preis: CHF 249/€ 232
- Schuber: B 250 × H 345 × T 130 mm
- Format der neun Hefte je: 229 × 324 mm
- Pro Band 20 Seiten
- Mit farbigen Reliefdarstellungen, Schraffuren, Stanzungen und einem Würfel
- farbige Punktschrift mit Schwarzschriftcode unter Braillezeile
- Softcover, Fadenbindung (ohne Spirale)
- Non-Profit-Produkt
- ab 4 Jahren
- ISBN 978-3-033-07971-7

Bestellungen aus der Schweiz:

<https://shop.schulverlag.ch/de/alex-und-lilani-entdecken-die-welt-der-buchstaben-90177.html>

Bestellungen aus der Europa:

Mehr Informationen zum Projekt unter: www.ppk.ch

Gerne nehmen wir Ihre Spende entgegen und danken für Ihren wertvollen Beitrag:

Berner Kantonalbank AG

IBAN: CH45 0079 0016 9396 4671 2

Für: Verein «Punkt, Punkt, Komma, Strich»

Schläflirain 9, 3013 Bern

Forschungsteam: Fabienne Meyer, Martin Gaberthüel, Andréas Netthoewel, Arne Scheuermann, Minou Afzali, Tobias Rechsteiner, Reto Moser, Matthias Jungen, Matthias Vatter, Catherine Germanier und Anke Garcia Barros, Hochschule der Künste Bern HKB, Institute of Design Research; Markus Lang, Sarah Adams und Frank Laemers, Pädagogische Hochschule Heidelberg, Fakultät I, Blinden- und Sehbehindertenpädagogik.

Unterstützt von: Berner Fachhochschule, Schweizerischer Nationalfonds, Gebert Rüt Stiftung, Ernst Göhner Stiftung, Ursula Wirz-Stiftung, Paul und Charlotte Kniese-Stiftung, Bürgergemeinde Bern, UBS Stiftung für Soziales und Ausbildung, BEKB Förderfonds, Däster Schild Stiftung, Migros Kulturprozent, HKB AG Publikationen, Stiftung Perspektiven von Swiss Life, Vergabungsfonds Schweizerische Mobiliar Genossenschaft, Deutsches Zentrum für barrierefreies Lesen dzb, Schulverlag plus AG Bern, Schindler Aufzüge AG, Fischer Papier

Jacot gründet ein Museum der Haute Chocolaterie Jacot crée un musée de la Haute Chocolaterie

Kennen Sie die Haute Chocolaterie? Wissen Sie, wie man seltene Bohnen und Terroirs erkennt, die bestimmten Schokoladen einen so intensiven Geschmack verleihen? Können Sie eine Industriegeschokolade von einer aussergewöhnlichen Schokolade unterscheiden? Das Museum der Haute Chocolaterie lädt Sie dazu ein. Es wird Anfang 2023 seine Tore in Môtiers im Kanton Neuenburg öffnen.

Um die Welt der Edelschokolade zu verstehen und dieses detaillierte Wissen zu optimieren, hat Jacot - auf Initiative des Museums - Maîtres Chocolatiers, Kakaoeinkäufer und -röster, Ernährungsexperten, Sterneköche und insbesondere Lebensmittelensoriker der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) hinzugezogen.

Connaissez-vous la Haute Chocolaterie? Saurez-vous identifier des fèves rares, des terroirs qui donnent un goût si intense à certains chocolats? Savez-vous différencier un chocolat industriel d'un chocolat d'exception? Le musée de la Haute Chocolaterie vous y invite. Il ouvrira ses portes début 2023 à Môtiers, dans le canton de Neuchâtel.

Pour comprendre l'univers du chocolat haut de gamme et valoriser ce savoir-faire minutieux, Jacot - à l'initiative du musée - a fait appel à des maîtres chocolatiers, des acheteurs et torréfacteurs de cacao, des spécialistes de l'alimentation, des chefs étoilés et des analystes sensoriels des denrées alimentaires de l'Université de Zurich (ZHAW) notamment.



Sensorisches Erlebnis

Ein Abenteuer, das Sie nach Südamerika, Madagaskar oder auf die Insel Sao Tomé führt, aber nicht nur das. Sie werden den Criollo, die Ur-Kakaobohne und ihre Hybridisierungen, kennenlernen: eine Mischung der Aromen. Nach Angaben der International Cocoa Organization (ICCO) dürfen nur bestimmte Bohnen die Herkunftsbezeichnung Grand Cru tragen. Ihr aussergewöhnlich langer Abgang bringt Sie auf die Spur der Haute Chocolaterie. Während des Besuchs bietet das Museum der Haute Chocolaterie Ihnen ein sensorisches Erlebnis an. Perfektionieren Sie Ihren Geruchssinn! Trainieren Sie die Erkennung der Aromen, ihrer Intensität und der Emotion, die Sie freisetzen. Kakao enthält von Natur aus über 600 aromatische Substanzen. Haben Sie das gewusst?

Eine Wertschöpfungskette

Schokolade ist aber nicht nur Kakao. Auch das Rezept, die Zutaten, die Ganachen, die Suche nach neuartigen Geschmacksverbindungen, die Handarbeit, die Feinmodellierung und die umweltfreundliche Verpackung mit Schachteln nach dem Cradle-to-Cradle-Prinzip (Vögeli AG) sind entscheidend für die Kreation einer einzigartigen Praline. Diese Wertschöpfungskette findet Anwendung bei den besten Chocolatiers. Workshops mit Ratespielen, bei denen Sie zwischen richtigen und falschen Aussagen über Schokolade unterscheiden können, werden den Besuch lebendig gestalten. Sie erhalten dort auch Empfehlungen für die Verkostung und die Auswahl Ihrer Schokolade.

Expérience sensorielle

Une aventure qui vous emmène en Amérique du Sud, à Madagascar ou sur l'île de Sao Tomé, mais pas seulement. Vous découvrirez le Criollo, la fève ancestrale et toutes ses hybridations; un métissage des arômes. Seules certaines fèves sont autorisées à porter l'appellation Grand Cru, selon l'International Cocoa Organization (ICCO). Leur longueur en bouche, exceptionnelle, vous met sur la piste de la Haute Chocolaterie.

Au fil de la visite, le musée de la Haute Chocolaterie vous propose de vivre une expérience sensorielle. Devenez un nez! Entraînez-vous à reconnaître les arômes, leur intensité et l'émotion qu'ils dégagent. On dénombre plus de 600 substances aromatiques présentes naturellement dans le cacao. Le saviez-vous?

Une chaîne de valeurs

Mais le chocolat, ce n'est pas que du cacao. La recette, les ingrédients, les ganaches, la recherche de nouvelles associations gustatives, le travail manuel, le modelage fin, l'emballage respectueux avec des boîtes écologiques cradle-to-cradle (Vögeli AG) sont également déterminants pour créer une bouchée unique. Une chaîne de valeurs que partagent les meilleurs chocolatiers.

Umbau eines historischen Gebäudes

Für die Präsentation der Haute Chocolaterie hat sich Jacot zu einem Umbau eines historischen Gebäudes aus dem 16. Jahrhundert entschlossen. Es handelt sich um ein Nebengebäude des Hôtel des Six Communes, in dem Jean-Jacques Rousseau logiert hat. Diese als Marstall genutzte Scheune gegenüber dem Bahnhof von Môtiers wird wieder zum Leben erweckt werden und das Musée de la Haute Chocolaterie, das Maison Jacot und einen Tagungsraum beherbergen, der für Verkostungen und Veranstaltungen vorgesehen ist.

Verbindung von Talenten

Jacot Haute Chocolaterie (1949) wartet schon gespannt auf die Begegnung mit Ihnen und freut sich darauf, diese Welt des Wohlgeschmacks zu präsentieren. Diese Entdeckungsreise rund um die Schokolade hat bereits zu einer Verbindung mit einer anderen historischen Marke, der Chocolaterie Du Rhône in Genf (1875), geführt. Diese Vereinigung von Talenten ist im letzten Februar gestartet.

Jeder Chocolatier behält seine eigene Identität und seine Produkt-highlights. Gleichzeitig werden zukünftig exklusive Kreationen angeboten. Die Idee ist, zur Entdeckung anderer raffinierter und unerwarteter Geschmacksrichtungen anzuregen. So sind insbesondere die Clous de Noiraigue in der Rue du Rhône in Genf erhältlich, und umgekehrt können die Nobles du Rhône in den Jacot-Niederlassungen in Neuenburg, Lausanne und Zermatt probiert werden.

Des ateliers avec des quizz vous donnant la possibilité de différencier le vrai du faux à propos du chocolat animeront la visite. Vous y récolterez également des conseils pour la dégustation et le choix de votre chocolat.

Transformation d'un bâtiment historique

Pour présenter la Haute Chocolaterie, Jacot a choisi de transformer un bâtiment historique du 16e siècle. Il s'agit d'une des dépendances, de l'Hôtel des Six Communes dans lequel Jean-Jacques Rousseau a séjourné. Utilisée comme écurie, cette grange en face de la gare de Môtiers va retrouver vie et abritera le Musée de la Haute Chocolaterie, la Maison Jacot et un espace événementiel prévu pour des ateliers de dégustation et des événements.

Mariage de talents

Jacot Haute Chocolaterie (1949) est impatient de vous rencontrer et de mettre en valeur ce patrimoine gustatif. Cette démarche exploratoire autour du chocolat l'a déjà mené à s'associer avec une autre enseigne historique, la Chocolaterie Du Rhône à Genève (1875). Ce mariage de talents a démarré en février dernier.

Chaque artisan chocolatier garde son identité propre et ses produits-phares, tout en proposant désormais des créations exclusives. L'idée est de faire découvrir d'autres saveurs sublimes et inattendues.

«Wir möchten die Bereiche stärken, in denen wir höchste Standards erreichen», freut sich Daniel Knoepfel, neuer Eigentümer und CEO der beiden Einheiten. «Unser Ziel ist Qualität mit sehr hochwertigen Schokoladen. Es werden nicht nur edelste Bohnen ausgewählt, sondern auch die Ganachen und Pralinés sind «hausgemacht». Die Rezepte sind ebenfalls einzigartig. Mit passionierten Maîtres Chocolatiers, die sich nicht mit dem Erreichten zufrieden geben, wird ständig geforscht und an den Aromen gearbeitet.»

Ein Museum und eine Verbindung zwischen zwei Marken des Wohlgeschmacks - eine schöne Art, den imaginären roten Faden von Jacot zu leben: «Wecken Sie Ihre Sinne für die Haute Chocolaterie.»

Bis bald!

Les clous de Noiraigue, notamment, sont ainsi disponibles à la rue du Rhône à Genève et inversement, les Nobles du Rhône se dégustent du côté de Neuchâtel, Lausanne et Zermatt, où Jacot est implanté. «Nous souhaitons renforcer ce qui se fait de mieux, se réjouit Daniel Knoepfel, nouveau propriétaire et CEO des deux entités. Nous sommes dans une recherche de qualité avec des chocolats de très haute facture. Non seulement des fèves d'essence supérieure sont sélectionnées, mais les ganaches et pralinés sont du «fait maison». Les recettes sont aussi uniques. Il y a une recherche permanente, un travail sur les saveurs avec des maîtres chocolatiers passionnés qui ne se contentent pas de l'acquis.»

Un musée et une association entre deux enseignes savoureuses, une jolie manière de vivre le fil rouge imaginé par Jacot: «Eveillez vos sens à la Haute Chocolaterie.»

A bientôt!



Inspiration für Ihre Kunden,
Kommen Ihre Botschaften an?
Werden Sie so wahrgenommen,
wie Sie es sich wünschen?
Wir sind gerne Ihr kompetenter Partner.



Unternehmen. Erfolgreich kommunizieren

Das Team von Vögeli arbeitet an einer Sache:
Produktion von besserer Kommunikation.
On- und offline immer in höchster Qualität verbunden
mit bestem Service und immer persönlich.



Kundendialog. Effektiv kommunizieren

Werden Sie effektiv - so dass Sie diejenigen Kunden erreichen,
die Sie auch erreichen wollen. Mit unseren Lösungen nehmen Sie
Ihr Zielpublikum mit auf eine Reise. Sie kommunizieren gezielt
und persönlich über mehrere Kanäle.



Prozesse. Effizient kommunizieren

Werden Sie effizient - so dass Sie Ihre Kommunikation schnell
und in höchster Qualität am richtigen Ort haben. Mit unseren
Spezialisten und Tools analysieren wir Ihre Marketing- und
Kommunikationsprozesse.



Druck. Hervorragend kommunizieren

Werden Sie einzigartig - so dass Sie wahrgenommen werden.
Sei es mit dem höchsten Standard für Ökoeffektivität oder mit den
modernsten digitalen Veredelungen für ausgesprochene Haptik
und höchste Eleganz. Wir unterstützen Sie von der Idee bis
zur fertigen Umsetzung. Für Momente, die in Erinnerung bleiben.

