

---

**Was Bio Suisse aus-  
macht und anstrebt**  
Seite 2

---

**Andrea Schmid hat  
auch ein Herz für  
Musik und Kultur**  
Seite 6

---

**Corona getrotzt:  
Céline Wiesers  
Küchen-Meisterstück**  
Seite 7

---

**Alles Bio – das  
Restaurant Quai4  
stellt um**  
Seite 9

---

**Ueli-Hof – Partner  
und Pionier in Sachen  
Bio-Fleisch**  
Seite 12



**Nadine Gut: «Früchte  
mag ich besonders gerne  
und achte dabei auf die  
Saisonalität.»**

### Liebe Leserinnen und Leser

Wir haben eine anspruchsvolle und aussergewöhnliche Zeit hinter uns. Die Corona-Krise lässt vieles in Frage stellen, nichts ist mehr selbstverständlich. Aber wie man so schön sagt: Jede Krise birgt auch ihre Chancen. In den letzten paar Monaten haben wir auch viele schöne Momente erlebt. Das Wir-Gefühl innerhalb der Wärbrogg wurde gestärkt; wir sind noch näher zusammengerückt. Ein weiterer positiver Aspekt betrifft die engere Zusammenarbeit mit unseren Kunden und Auftraggebern. Unsere gelebten Werte in der Wärbrogg finden einen noch grösseren Anklang in der Gesellschaft. Sich gegenseitig zu unterstützen und wertzuschätzen ist wichtiger denn je. Zudem legen Kunden mehr Wert auf Qualität und kaufen häufiger hochwertige Produkte. Sie möchten wissen, woher die Produkte stammen, und messen der Regionalität einen höheren Stellenwert bei. Ausserdem ist das Bewusstsein für die Unterstützung von lokalen Quartierläden gestiegen. Wir sind dankbar, auch in schwierigen Zeiten auf treue Kunden und Auftraggeber wie Sie zählen zu dürfen. Diese Kontinuität und der positive Wandel in der Gesellschaft geben uns Halt und lassen uns zuversichtlich in die Zukunft schauen. Wir von der Wärbrogg halten an unserer Mission fest und setzen uns weiterhin täglich für regionale Produkte, soziale Integration sowie konstruktive Partnerschaften ein.



Markus Lötscher,  
Vorstand Verein Wärbrogg –  
Brücke zur Arbeitswelt

### «Unser Ziel ist das Bioland Schweiz»

Die Restaurant Quai4 setzt in Zukunft ausschliesslich auf biologische Produkte. Eine wichtige Grundlage sind die Knospe-Richtlinien von Bio Suisse. Die Wärbrogg-Zygit wollte von Balz Strasser, Geschäftsführer Bio Suisse, wissen, was er unter Nachhaltigkeit versteht und ob soziale Unternehmen auch nachhaltig sein können.

#### Balz Strasser, Nachhaltigkeit ist ein Begriff, den viele propagieren und der oft schnell in den Mund genommen wird. Wie definieren Sie Nachhaltigkeit?

Balz Strasser: Es stimmt. Nachhaltigkeit ist in aller Munde und wird von vielen Unternehmen auch zu Imagezwecken gebraucht. Meiner Erfahrung nach merken die Kunden rasch, ob es jemand ernst meint oder nur Greenwashing betreibt. Insofern definiere ich Nachhaltigkeit als wahrhaftig verantwortungsbewussten Umgang mit unseren Ressourcen in Gesellschaft, Wirtschaft und Umwelt. Bei Bio Suisse wollen wir den Menschen eine gute Lebensgrundlage bieten, ohne die Möglichkeiten künftiger Generationen zu beeinträchtigen.

#### Was sind die Stärken der Nachhaltigkeit von Bio Suisse?

Damit wir unser Ziel erreichen, müssen wir die Interessen von Mensch, Tier und Natur ins Gleichgewicht bringen. Darauf richten wir unser Handeln aus. Wichtigstes Instrument sind dabei die Richtlinien für die Verwendung der Knospe. Unsere Regeln zählen zu den strengsten weltweit. Und mit regelmässigen Kontrollen stellen wir sicher, dass sie auch eingehalten werden.

#### Bio Suisse verzeichnet jährlich ein Wachstum. Wachstum beinhaltet auch Klippen. Immer grössere Betriebe sind nicht einfach bessere Betriebe. Immer mehr ist nicht notwendigerweise wünschenswerter. Wie sorgen Sie dafür, dass auch das Wachstum nachhaltig sein wird?

Wachstum darf nie ein Selbstzweck sein. Da haben Sie recht. Viele unserer Betriebe punkten mit einer Mehrwertstrategie und realen Innovationen. Wenn zum Beispiel ein kleiner Betrieb neue Wege in Anbau und Verarbeitung geht, bleibt für ihn am Ende mehr im Portemonnaie. Weil viele dieser Betriebe ihre Produkte direkt an eine treue Kundschaft verkaufen, spüren sie auch weniger Druck vom Markt. Das Resultat? Zufriedenheit und Nachhaltigkeit.

#### Ist Nachhaltigkeit mehr als ein Trend? Oder was ist erforderlich, damit Nachhaltigkeit auch tatsächlich ein umfassendes und nachhaltiges System des Denkens und Handelns wird?

Wenn ich mir die Entwicklung rund um Bio in den letzten 40 Jahren anschaut, dann ist Bio klar mehr als ein Trend. Immer mehr Konsumentinnen und Konsumenten, aber auch Produzenten und Produzentinnen er-

kennen den Mehrwert von Bio. Und darin liegt meiner Meinung nach auch der Hebel für die Transformation, die Sie ansprechen: Alle Beteiligten müssen für sich einen Mehrwert nachhaltigen Handelns erkennen. Unsere 7500 Knospe-Produzenten in der Schweiz haben diesen Mehrwert für sich schon erkannt.

#### In Ihrem Leitbild für die Bio-Knospe stehen natürliche Kreisläufe in der Landwirtschaft, Biodiversität oder das Wohl der Tiere im Mittelpunkt. Aber zu Ihren Leitlinien gehört auch die soziale Verantwortung für Mitarbeitende. Was ist hier der Link zur Nachhaltigkeit?

Die Betriebe haben eine Verantwortung gegenüber ihren

Mitarbeitern und auch gegenüber sich selbst. Wir regeln die soziale Verantwortung über unsere Richtlinien und kontrollieren deren Einhaltung regelmässig. 2018 haben wir 185 Betriebe nach der SMART-Methode (spezifisch, messbar, akzeptiert, realistisch, terminierbar) auf die drei Nachhaltigkeitskriterien untersuchen lassen. Alle Betriebe erzielten überall gute Ergebnisse. Gerade auch in Bezug auf die Lebensqualität der Betriebsleiter. Wenn ich mit neuen Knospe-Produzenten spreche, höre ich oft, wie zufrieden sie sind mit ihrer Arbeit, seitdem sie auf Bio umgestiegen sind. Bio-Landwirtschaft bedeutet, mit der Natur zu arbeiten und nicht gegen sie. Diese Einstellung verschafft ihnen grosse Befriedigung.



#### Die Wärbrogg ist ein soziales Unternehmen, das in den Bereichen Produktion, Markt, Restaurant und Lieferservice 180 Mitarbeitende mit einer psychischen Einschränkung sowie Fachpersonen beschäftigt. Wie kann ein soziales Unternehmen zur sozialen Nachhaltigkeit beitragen?

Ich muss zugeben: Bis zu Ihrer Anfrage kannte ich Ihre Institution nicht. Nach einem kurzen ersten Augenschein erkenne ich aber durchaus Parallelen zu unserem Verband. Wir engagieren uns für eine nachhaltige Landwirtschaft und Ernährung. Und das umfasst Umweltaspekte genauso wie soziale und wirtschaftliche. Und als soziales Unternehmen wirkt die Wärbrogg auch auf mehreren Ebenen: sozial, wirtschaftlich und mit der Umstellung auf die Knospe nun auch ökologisch. Das ist toll!

#### Nachhaltigkeit ist auch ein Geschäftsmodell. Wie gedenkt Bio Suisse, das nachhaltige Produzieren und Wirtschaften weiter zu stärken? Sind neue Geschäftsfelder möglich? In welchen Bereichen?

Ganz klar. Zum Beispiel im Bereich der öffentlichen Verpflegung. Hier sehen wir grosses Potenzial. In Kantinen, Schulen, Heimen oder Spitälern ist Bio derzeit noch ein kleines Thema. Menschen, die daheim viel Bio essen, haben auswärts kaum die Möglichkeit dazu. Welches Potenzial hier brachliegt, hat uns der Corona-Lockdown gezeigt, als alle Menschen nur noch daheim assen und plötzlich der Bio-Absatz um 20 bis 30 Prozent in die Höhe

schnellte. Kochen Schweizerinnen und Schweizer zu Hause, dann greifen sie öfters zu Bio.

#### Sie könnten ja auch Knospen für nachhaltigen Handel, einen nachhaltigen Umgang mit Mitarbeitenden oder eine nachhaltige soziale Verantwortung vergeben. Machen Sie sich solche Überlegungen?

In Sachen fairen Handel gibt es schon Labels, die eine sehr gute Arbeit machen. Aber im Bereich der sozialen Verantwortung und der Arbeitsbedingungen wollen wir uns künftig stärker positionieren. Intern arbeiten wir deshalb derzeit daran, hier konkrete Massnahmen zu entwickeln. Mittelfristig werden wir unsere Richtlinien dazu überarbeiten.

#### Wie schätzen Sie die weitere Entwicklung der Bio-Produktion und des nachhaltigen Konsumierens ein? Wird die Kurve stetig steigen? Was sind Faktoren, die eine solche Entwicklung bremsen könnten?

Unser Ziel ist das Bio-Land Schweiz. Wir möchten bis 2025 25 Prozent der Schweizer Landwirtschaftsbetriebe auf Bio umstellen und mit Bio-Produkten einen Marktanteil von 15 Prozent erreichen. Wir sind gut unterwegs. Aktuell kaufen schon 75 Prozent der Konsumenten regelmässig Bio. Jetzt geht es darum, den Anteil der Intensivkäufer weiter zu vergrössern. Es freut uns sehr, dass auch weitere Nachhaltigkeitslabel wie z. B. Demeter und IP Suisse im Markt erfolgreich sind. Das spornt uns an, auch in Zukunft das nachhaltigste Schweizer Lebensmittel-Label zu bleiben.

**Balz Strasser:**  
«Die Betriebe haben eine Verantwortung gegenüber ihren Mitarbeitern und auch gegenüber sich selbst.»

## Unter Leuten und doch gerne für sich sein

Als flexibel und gerne im eigenen Tempo arbeitend beschreibt sich die 35-jährige Nadine Gut. Sie ist seit mehr als fünf Jahren im Quai4-Markt Alpenquai tätig. In ihrer Freizeit taucht sie gerne in andere Welten ein, sei es durch TV-Serien oder wenn sie eine Zugreise unternimmt.

nh. «Wenn ich im Zug unterwegs bin, dann schaue ich gerne aus dem Fenster oder plaudere mit meiner Begleitung», erzählt Nadine Gut. Sie könne auf diese Weise gut abschalten und sich entspannen. Grosse Unterhaltung ist nicht ihr Ding. Worauf sie jedoch kaum verzichten kann, sind TV-Arztserien. «Das geniesse ich und die Zeit verfliegt dabei», sagt sie lächelnd. Nadine Gut zieht sich gerne zurück und sucht die Ruhe. Und obwohl sie ihr Arbeitsumfeld und die Menschen im Quai4 schätzt und sich wohlfühlt, ist die Arbeit inmitten von Kunden an gewissen Tagen eine Herausforderung für sie. «Es kostet mich dann Überwindung, aber ich will auch Neues ausprobieren», sagt sie ganz offen. Das Überwinden hat auch damit zu tun, dass es ihr manchmal

schwerfällt, die richtigen Worte zu finden. Das hemmt sie im Umgang mit anderen Menschen. Umso erstaunlicher und bewundernswert, dass sie sich für ein Porträt in der Wärbrogg-Zytig zur Verfügung gestellt hat. «Ich probiere das jetzt einfach einmal aus, dadurch sammle ich Erfahrungen», erklärt sie.

### Kleine Projekte – grosse Wirkung

Ihr Mut, immer wieder kleine Schritte zu machen, zeigt sich auch in ihren privaten Alltagsprojekten. Projekt eins: Velofahren. Nadine Gut erzählt, dass sie manchmal gesundheitlich etwas angeschlagen sei und sich lähmende Müdigkeit bemerkbar mache, die den Bewegungsdrang mindere. Aber sie hat sich ein Ziel gesetzt und daraus ein

kleines Projekt entwickelt. Sie möchte in den kommenden Wochen wieder ein bis zwei Mal mit dem Velo von ihrem Wohnort Emmen an die Arbeit fahren, wo sie den Haushalt mit kleiner Unterstützung alleine bewältigt, an den Alpenquai in Luzern. «Bewegung tut mir gut, darum dieses Projekt. Ich habe auch schon verschiedene Kurse bei Pro Infirmis besucht. Mir gefällt es, mich zu Musik zu bewegen. Sogar einen Selbstverteidigungskurs habe ich schon absolviert», sagt sie stolz.

Projekt zwei: Brotsäckli nähen. Der Stoff liegt zu Hause bereit, die Nähmaschine der Tante wartet darauf, von Nadine Gut in Betrieb gesetzt zu werden. «Nähen ist eine schöne Beschäftigung für mich. Für mich ist das mit guten Erinnerungen an den Handarbeitsunterricht während der Schulzeit verbunden.»

### Saisonfrüchte und Smoothies

Im Quai4-Markt Alpenquai trifft sie auf ein lebendiges Umfeld mit vielfältiger Arbeit. Sie füllt die Gestelle ein, kontrolliert die Daten bei den Lebensmitteln, kümmert sich um die Take-away-Produkte, indem

sie schaut, dass stets Besteck und Becher vorhanden sind – und ab und zu stellt sie selber Smoothies her. «Früchte gehören zu meinen Lieblingslebensmitteln. Hier achte ich auf die Saisonalität», sagt sie, die eine Küchenanlehre erfolgreich abgeschlossen hat. Schliesslich sei sie in einer Bauernfamilie gross geworden, da sie es ganz natürlich gewesen mitzubekommen, was gerade wächst und reif ist. Diese Aufmerksamkeit pflegt sie auch heute noch, ganz im Sinne des Nachhaltigkeitsgedankens der Wärbrogg. Aber ab und zu gönnt sie sich trotzdem eine Banane. «Denn das ist einfach zu lecker», sagt sie mit einem Augenzwinkern.

**Nadine Gut:**  
«Unterwegs sein im Zug und die Landschaft vorüberziehen lassen – das geniesse ich.»



## Betriebsausflug auf das Stanserhorn

Der diesjährige Betriebsausflug führte uns auf das Stanserhorn. Schon die Fahrt mit der Cabrio-Bahn war ein unvergessliches Erlebnis! Im Restaurant Rondorama genossen wir vorzügliche Äplermagronen und wurden herzlich und aufmerksam bedient. Das Highlight waren die anschliessenden Touren mit den Rangern, die uns Fauna und Flora näherbrachten und uns viel Wissenswertes über das Stanserhorn berichteten.



## Klimatisierung dank Spenden

Die Installation der Klimageräte wurde im Frühling 2020 erfolgreich abgeschlossen. Nun können sowohl in der Produktion wie auch im Quai4-Markt am Alpenquai im Sommer die Temperaturen um mindestens fünf bis sechs Grad gesenkt werden. Das verbesserte Raumklima verhilft unseren Mitarbeitenden zu angenehmeren Arbeitsbedingungen und trägt viel zur Qualitätssicherung bei. So verzeichnen wir weniger krankheitsbedingte Ausfälle und Gemüse und Früchte im Markt bleiben länger frisch. Auch benötigen wir weniger Strom für unsere Kühlgeräte. Wir bedanken uns herzlich bei allen Stiftungen, die uns unterstützen haben.

## Silvester im Restaurant Quai4

Auch dieses Jahr lassen wir wieder die Korke knallen! Geniessen Sie ein kreatives und festliches Mehrgangmenü mit den besten Produkten unserer regionalen Bio-Produzenten. Gleichermassen ein Genuss für Fleischliebhaberinnen und Vegetarier. Wir empfehlen eine frühzeitige Tischreservierung unter: [waerchbrogg.ch/quai4](http://waerchbrogg.ch/quai4)



## Ein schlau verpackter Samichlaus

In der Produktion ist eine neue Idee rund um die Schoggiangebote für die Feiertage entstanden: Nachdem bereits im Frühling der «Has im Glas» zu Ostern trotz Corona auf grosses Echo stiess, schafft man nun den «Chlaus im Glas».

nh. Ein wiederverwendbares Ein-Liter-Glas, 90 Gramm Milchschokolade in Form eines Samichlaus, eingebettet in weitere Leckereien: Das ist das neue Produkt, das die Wärbrogg ab November 2020 im Sortiment hat. Daniel Wicki, Leiter Produktion, sagt: «Aufgrund des Erfolgs mit dem Osterhasen im Glas, der trotz Corona oft nachgefragt und sehr gut verkauft wurde, haben wir uns überlegt, auch einen entsprechenden Samichlaus anzubieten.» Man wolle den Absatz aber dieses Jahr zuerst testen und produziere vorerst nur eine Auflage von 240 Exemplaren. Diese werden bald von den be-

einträchtigten Mitarbeitenden einzeln verpackt. Eine begehrte Arbeit, genauso wie die beliebten Chlaussäckli zu füllen, die natürlich weiterhin gekauft werden können. Dieses Jahr kommen zwei neue Sujets hinzu. Erhältlich sind alle Chläuse auch im Quai4-Markt, wo man die Gläser später beim Offeneinkauf praktisch verwenden kann.

**Die Eigenprodukte der Wärbrogg – ein sinnvolles Geschenk für Mitarbeitende, Freunde, Familie. Wir freuen uns über Ihre Kontaktaufnahme oder Bestellung an: Daniel Wicki, 041 368 99 80.**

## Von Musik und Kultur inspiriert

Seit Herbst 2019 arbeitet Andrea Schmid in der Personaladministration der Wärbrogg. Die vielseitig ausgebildete Seetalerin verfolgt auch in der Freizeit ein breites Spektrum von Interessen.

pb. Wo kulturelle Veranstaltungen über die Bühne gehen oder organisiert werden müssen, ist Andrea Schmid gerne dabei. Sie ist ein grosser Fan von Musik. «Abgesehen von Schlager, kann ich mich für alle Genres begeistern», sagt sie. Während sich viele Leute damit begnügen, kulturelle Veranstaltungen zu konsumieren und sich davon unterhalten oder beflügeln zu lassen, ist Andrea Schmid auch eine aktive Kulturtäterin. Und das auf mehreren Ebenen.

### Talent zum Organisieren

Zum einen singt sie seit über 20 Jahren im Hitzkircher Chor «Singspiration», den sie neun Jahre lang auch präsiert hat. Der Chor ist bekannt für sein buntgemischtes Programm, in dem ausgesuchte Volkslieder, Gospel, Popsongs, afrikanische Lieder, französische Chansons oder italienisches Liedgut präsentiert werden.

Zum andern packt sie selber gerne mit an, wenn es darum geht, kulturelle Anlässe zu organisieren. Vor ein paar Jahren hat sie sich auch das nötige Rüstzeug dafür erworben: An der Hochschule Luzern machte sie das Certificate of Advanced Studies (CAS) als Event-Managerin. «Ich liebe Menschen und arbeite gerne mit Menschen zusammen, Ich habe ein Talent zum Organisieren und interessiere mich für Musik und Kultur.»

Dass sie dann trotzdem nicht ins Event Management einstieg, bezeichnet sie im Nachhinein als Glücksfall. «Wenn ich mitansehen muss, wie stark die Corona-Krise diese Branche getroffen hat, bin ich froh, dass ich mich für die Stelle in der Wärbrogg entschieden habe.» Die Kompetenzen ihrer Event-Weiterbildung kann sie nun verstärkt in der Freizeit einsetzen.

Zurzeit ist sie damit beschäftigt, als OK-Mitglied die nationale Singwoche des Schweizerischen Chorverbandes zu organisieren. Der Anlass findet im Herbst 2020 im Zillertal statt. Auch im Kulturforum Hitzkirch ist sie aktiv. Der Verein veranstaltet ein ausgesuchtes Programm von Kleinkunst und musikalischen Anlässen.

### Gute Gastgeberin

Aber Andrea Schmid hatauch viel Freude am Wandern. Sie ist praktisch jeden Sonntag in den Bergen der Zentralschweiz unterwegs. «Ich brauche diese Zeiten, in denen ich herunterfahren und die Ruhe geniessen kann. Das ist ein wichtiger Ausgleich für mein Leben». Denn Betriebsamkeit hat sie genug. Sei es in einer geselligen Runde mit Leuten oder in der Rolle als Gastgeberin, in der sie sich wohlfühlt. Oder an der Fasnacht, die sie jedes Jahr wieder packt. «Da bin ich jeweils mit einer Frauengruppe von früh bis spät unterwegs.»



**Andrea Schmid:**  
«Ich brauche diese Zeiten, in denen ich herunterfahren und die Ruhe geniessen kann. Das ist ein wichtiger Ausgleich.»

Die ausgebildete Drogistin wurde früh Mutter von zwei inzwischen erwachsenen Töchtern. Später machte sie eine kaufmännische Ausbildung und arbeitete in verschiedenen Unternehmen auf dem Büro. Über zehn Jahre war sie für die Stiftung Brändi tätig, wo sie das Sekretariat der Gärtnerei Baldegg betreute. Seit einem Jahr hat Andrea Schmid in der Wärbrogg eine neue berufliche Her-

ausforderung gefunden. Mit der Zusatzausbildung in Personalassistentin fühlt sie sich am richtigen Platz. «Ich habe den Wechsel nicht bereut. Es gefällt mir ausgezeichnet hier.»

## Lebensmittel vom Quai4-Markt auch online bestellen

Seit Juli 2020 bietet die Wärbrogg eine Auswahl an Lebensmitteln, allesamt Produkte aus dem Quai4-Markt, auch online an ([www.quai4athome.ch](http://www.quai4athome.ch)). Sie bestellen unkompliziert über unsere Website, wir beliefern Sie kostengünstig und zuverlässig in der Innenstadt Luzern. In unserem Webshop finden Sie detaillierte Informationen über die Produktherstellung, die Zertifizierung und die Produzenten. **Bestellen Sie noch heute online und Sie erhalten fünf Prozent Rabatt auf Ihren ersten Einkauf. Gutschein-Code: quai4shop**

## Raum gesucht!

Unser Hauslieferdienst nimmt Fahrt auf, wir planen eine Erweiterung unseres beliebten Services. Dazu suchen wir einen Raum in der Stadt Luzern mit einer Fläche von 200 bis 400 m<sup>2</sup>, in der Nähe einer unserer Standorte Alpenquai oder Baselstrasse. Idealerweise verfügt der Raum über einen direkten Zugang für unsere E-Bikes.

**Hinweise bitte an Stefan Huber, 041 568 99 93.**



## Ein Lehrabschluss unter besonderen Vorzeichen

Céline Wieser hat als Erste eine Lehre in der Gastronomie bei der Wärbrogg abgeschlossen, mitten in der Corona-Krise. Die 21-Jährige hat die Prüfung zur Köchin EFZ im Mai nach einer herausfordernden Vorbereitungszeit bravourös – Note 5,9! – gemeistert.

nh. Als Céline Wieser 2018 nach ihrer Matura eine verkürzte Lehre als Köchin im Restaurant Quai4 begann, hätte sie wohl kaum mit einem derart turbulenten Abschluss gerechnet. Der Ausbruch der Corona-Krise im März kurz vor der intensiven Lehrabschlussphase bedeutete für sie als Diabetikerin und somit Risikopatientin Heimquarantäne. «Die Ungewissheit, was nun bevorsteht mit meinem Abschluss im Sommer 2020, war das Belastendste», sagt sie. Von einem Tag auf den anderen musste sie sich neu organisieren und sich zu Hause alleine vorbereiten, was in einer Dreier-WG nicht ganz einfach war. Zwar entfiel die schriftliche Prüfung; sich auf den praktischen Abschluss in der Quai4-Restaurantküche jedoch seriös vorzubereiten, war aber noch Herausforderung genug. Denn gekocht werden sollte ein Viergang-Menü. Hauptgang und Dessert werden jeweils aus einer Liste mit rund 30 Vorschlägen ausgelost. Das erforderte von Céline Wieser, in Eigenregie und mit viel Selbstdisziplin zu Hause zu üben.

### Testkochen in der WG-Küche

«Eine ungewöhnliche Situation: Meine Mitbewohnerinnen mussten mir die kleine Küche überlassen. Und mehrere Backöfen oder ein Fischmesser, genug

stützte das Team sie auch mental, dafür ist sie sehr dankbar. «Mir ist während dieser Zeit bewusst geworden, wie gerne ich meine Arbeit hier mache und auf was für tolle Menschen ich zählen darf!»

### Happy End in der Restaurantküche

Am Sonntag, 17. Mai, war es so weit. Die Quai4-Küche war genauso auf die Prüfung vorbereitet wie die beiden Experten, Antoine Käslin und Céline Wieser. Ein Glücksmoment, als ihr das Menü zugeworfen wurde: Lammcurry und Mangoschaumerème, genau das von der Liste, was sie sich erhofft hatte! «Es hat geklappt – genial, nun den Abschluss zu haben. Genauso schön ist, dass ich seit September als Köchin fest zum Quai4-Team gehöre», strahlt sie. Herzliche Gratulation!



**Céline Wieser:**  
«Die Unterstützung durch das gesamte Team war grossartig!»



## Fleisch aus Pflanzen

Die Planted Foods AG entwickelt neue Produkte, die als Alternative zum Fleischkonsum auf dem Markt sind. Nach dem Planted Chicken wird jetzt die Produktlinie Planted Pulled eingeführt.

pb. Planted Chicken ist ein Pouletfleisch-Ersatz, der von einer jungen Unternehmergruppe in Zusammenarbeit mit der ETH Zürich entwickelt worden ist. Das Produkt imitiert Hühnerfleisch und besteht zu 100 Prozent aus natürlichen Inhaltsstoffen: Erbsenprotein, Erbsenfaser, Wasser und Rapsöl. Das 2019 lancierte Produkt ist auch im Quai4-Markt erhältlich.

«Warum muss Fleisch von einem toten Tier stammen?», sagt Virginia Beljean, Kommunikationschefin Planted Foods AG. «Die charakteristischen Fleischeigenschaften wie Geschmack, Konsistenz, Biss und Nährwert können wir mit dem Produkt Planted Chicken perfekt imitieren.»

Dass dabei mit dem Wort «Fleisch» geworben wird, kommt nicht von ungefähr. Zielgruppe sind nicht Vegetarier und Veganer, sondern die Fleischesser. «Sie sollen entdecken können, dass es Alternativen zum her-

kömmlichen Fleischkonsum gibt, die auch vom Biss und von der fasrigen Textur her überzeugen.» Gerade Pouletfleisch erhalte erst mit bestimmten Saucen, Gewürzen und Marinaden seinen eigenen Geschmack.

### Nährwert ist gleich hoch

Hinter dem neuen Produkt steht die Erkenntnis, dass ein hoher Fleischkonsum wenig nachhaltig, ineffizient und belastend für die Umwelt ist. Der Nährwert für die Umwelt ist. Der Nährwert von Planted Chicken ist gleich hoch wie derjenige von Hühnerfleisch, nur dass für ein Kilogramm Pouletfleisch fünf Kilogramm proteinreiches Futter verbraucht wird, während ein Kilogramm Erbsenprotein einem Kilogramm Planted Chicken entspricht. «Im Vergleich mit dem Hühnerfleisch verbrauchen wir 50 Prozent weniger Land, 50 Prozent weniger Wasser und 66 Prozent weniger Treibhausgase», rechnet Beljean vor.

## Team Planted: «Die Fleischeigenschaften können wir mit Planted perfekt imitieren.»

Das Unternehmen ist eng mit der ETH verknüpft und forscht intensiv an weiteren Alternativprodukten. Bereits ist Planted Pulled in Gastrobetrieben erhältlich. Es imitiert den Geschmack und die Konsistenz von lang gegartem Schweinefleisch. Die Initianten wollen die Leute dazu bewegen, «dass sie etwas weniger Fleisch essen und ab und zu ein Alternativprodukt probieren, um so für die Umwelt und für die Tiere etwas Gutes zu tun».

Virginia Beljean ist überzeugt, dass die Nahrungsproduktion immer mehr auf pflanzliche Produkte setzen wird. «Mit der wachsenden Weltbevölkerung wird auch der Proteinbedarf zunehmen. Da braucht es schlicht und einfach eine Lösung, die effizienter und nachhaltiger ist, als das mit der heutigen Fleischproduktion der Fall ist.»

## Dienstjubiläen Mitarbeiter

Seit 25 Jahren arbeitet **Sabine Laczko** in der Produktion. Sie erledigt anspruchsvolle Arbeiten ruhig und zuverlässig. **Florian Huber** sorgt seit 15 Jahren dafür, dass unsere Räumlichkeiten sauber und desinfiziert sind. Mit seiner fröhlichen Art zaubert er allen ein Lächeln ins Gesicht. Folgende Mitarbeiter sind bereits seit zehn Jahren bei uns tätig: **Eva Roth** sorgt dafür, dass unsere Büros regelmässig gereinigt werden. Sie hilft im Quai4-Markt Baselstrasse sowie bei Arbeiten in der Produktion mit. **Maria-Grazia Melis** beeindruckt uns mit ihren Sprachkenntnissen und ihrem ausgezeichneten Gedächtnis. Die Stärken von **Jost Christen** sind seine grosse Geduld und seine Hilfsbereitschaft. **Christof Stocker** war einer der ersten Mitarbeiter im WärcHAtelier. Er ist sehr humorvoll, kulturell interessiert und liebt Fussball. Wir danken all diesen Mitarbeitenden für ihre Treue zur WärcHbrogg und hoffen, dass wir sie noch lange beschäftigen dürfen.

## Dienstjubiläen Fachpersonen

Bereits seit 15 Jahren arbeitet **Ruth Koller** als Gruppenleiterin in der WärcHbrogg. Sie hat das WärcHAtelier mit aufgebaut und die Begleitung unserer Mitarbeitenden mit ihrer empathischen und umsichtigen Art geprägt. Als Praxisausbilderin für unsere angehenden Arbeitsagogen bietet sie wertvolle Unterstützung dank ihrer grossen Erfahrung.

## Das Restaurant Quai4 wird zum Vollknospe-Betrieb

Das Restaurant Quai4 stellt seinen Betrieb und sein Angebot um auf Vollknospe. Damit übernimmt die WärcHbrogg mit dem Quai4 einmal mehr eine Pionierrolle – als erstes Restaurant in Luzern mit dem höchsten Label von Bio Suisse. Küchenchef Antoine Käslin erklärt die Hintergründe.

### Wie kam der Entscheidung, im Restaurant Quai4 umzustellen?

Antoine Käslin: Die WärcHbrogg pflegt seit jeher Werte wie Nachhaltigkeit, soziale Verantwortung, Regionalität, Saisonalität. Anfang 2020 haben wir im internen Projekt «Volldampf voraus» Ideen gesammelt. Wir haben uns gefragt: Worauf können wir im Restaurant Quai4 bzw. bei der Marke Quai4, zu der noch zwei Einkaufsmärkte und das Bistro Quai4 gehören, stärker fokussieren? Wir wollen uns stärker von der Konkurrenz abheben und ein Alleinstellungsmerkmal definieren, das zu uns passt. Sämtliche Mitarbeitenden und Fachpersonen beteiligten sich an der Ideensuche. Stärker auf Bio setzen, regional und lokal, waren die überzeugendsten Begriffe. Wir haben recher-

chiert, analysiert und nach sorgfältigem Abwägen mit der Geschäftsleitung entschieden, das Restaurant Quai4 auf einen Vollknospe-Betrieb umzustellen.

### Warum setzen Sie auf ein so ambitioniertes Zertifikat wie das Label Vollknospe von Bio Suisse, eines der strengsten Schweizer Label in Sachen Nachhaltigkeit?

Das Label ist kompatibel mit dem Quai4, weil wir uns mit den anspruchsvollen Vorgaben durch und durch identifizieren. Ausserdem ist Bio Suisse ein bekanntes Zertifikat, vielen Menschen ist das Logo mit der weisen Knospe vertraut. Und wenn wir nun also etwas verändern, dann richtig. Bio Suisse bedeutet, Bio-Produkte einzukaufen und nachhaltig anzubieten. Es bedeutet aber auch, eine entspre-

## Label Vollknospe Bio Suisse

Bio Suisse steht für biologische Qualitätsprodukte. Dahinter



steht die Philosophie, dass Mensch, Tier und Natur im Gleichgewicht sind. Bio Suisse ist die führende Bio-Organisation der Schweiz und Eigentümerin der Marke Knospe. Die Knospe ist aber auch die Marke für die nach den Richtlinien von Bio Suisse hergestellten Produkte. Mehr Infos finden Sie auf: [www.bio-suisse.ch](http://www.bio-suisse.ch) [www.knospehof.ch](http://www.knospehof.ch)

chende Unternehmenskultur zu pflegen. Für uns heisst das: regional, sozial, biologisch. Wir stehen als Team ein für einen acht-samen Umgang mit Menschen, Umwelt, Ressourcen und Produkten.

### Welche Vorbereitungen und Massnahmen sind hinsichtlich der Umstellung getroffen worden?

Das Bio-Suisse-Label verpflichtet dazu, zu 100 Prozent

biologisch eingekaufte Produkte zu verwenden: 70 Prozent in Bio-Qualität, rund 50 Prozent Knospe-Qualität. 30 Prozent – natürliche Produkte wie Salz – bedürfen keiner ausgewiesenen Bio-Qualität. Seit Anfang Juni kaufen wir nur noch biologische Produkte ein, müssen neue Lieferanten finden und uns an andere Liefertermine gewöhnen. Alle bisherigen konventionellen Nahrungsmittel wurden verwertet oder verkauft. Wir haben immer rund 300 Produkte verfügbar. Das widerspiegelt, was es in einer professionellen Küche braucht. Für 295 Produkte haben wir inzwischen entsprechende Lieferanten gefunden.

### Welches sind die grössten Herausforderungen für Sie, für das Team?

Passende einheimische Lieferanten zu finden, die die Standards erfüllen, ist herausfordernd. Die gesamte Umstellung hat auch eine sorgfältige Planung und viel Denkarbeit erfordert. Wichtig ist dabei, dass unsere eigene Haltung zu spüren ist: Wir leben Nachhaltigkeit und sind überzeugt davon.

### Was erwartet den Gast künftig im Restaurant Quai4?

Auf den Punkt gebracht: ganzheitliches, nachhaltiges Essen. Mit dem Knospe-Label von Bio Suisse hat der Gast eine Qualitätsgarantie. Und: In der Schweiz gibt es erst elf Knospe-Restaurants ([www.knospehof.ch](http://www.knospehof.ch)). Wir sind stolz, dazuzuzählen und unsere Gäste mit nachhaltigen und feinen Menüs zu verwöhnen.

Interview: Nicole Habermacher

Das ganze Interview finden Sie unter [www.waerchbrogg.ch/news](http://www.waerchbrogg.ch/news)



**Küchenteam:**  
«Wir leben Nachhaltigkeit, weil wir davon überzeugt sind.»

## Was Corona mit sich brachte

Die Pandemie hat alle Bereiche der Wärbrogg herausgefordert, aber mit gebündelten Kräften hat man sich der aussergewöhnlichen Situation gestellt.

nh. «Bisher sind wir gut durchgekommen, seit Juli läuft alles unter Sicherheitsmassnahmen fast wie vorher. Glücklicherweise verzeichnen wir auch keinen Corona-Fall», sagt Geschäftsleiter Norbert Bucheli. Aufreibend sei während des Lockdowns vor allem gewesen, laufend zu entscheiden und zu kommunizieren, was in welchem Betrieb neu an Massnahmen und Regeln gelte, und die Mitarbeitenden darauf einzustellen. Von den Agogen, die zweimal wöchentlich die Krankengeschriebenen kontaktierten, über das Küchen- und Serviceteam, das flexibel umstellte auf Take-away, zu den Märkteams, die als Grundversorger für die Kunden im Einsatz waren, bis hin zur Produktion, die durchgehend beschäftigt war, haben sich alle enorm engagiert.

### Drei Standbeine – ein Erfolgsrezept

Für Norbert Bucheli zeigt sich in der Krise, dass die Wärbrogg durch die drei Standbeine Produktion, Restauration, Einkaufsmärkte gut aufgestellt ist. Dabei erwies sich die Produktion als Fels in der Brandung, die Auslastung war hoch. Nur wenige Anfragen wurden storniert und für die Trisa und die Stadt Luzern führte das Team Grossaufträge aus. Trotz Corona mussten diese termingerecht bewältigt werden. Da Bistro und Restaurant geschlossen waren, half man sich reichsübergreifend aus. Herausfordernd war die Tagesplanung,

denn viele der beeinträchtigten Mitarbeitenden belastete die Krise und so war stets von Neuem zu prüfen, wer eingesetzt werden konnte. Von den rund 133 Mitarbeitenden fehlte während des Lockdowns bis zu einem Drittel. «Rund 45 Mitarbeitende waren in Kurzarbeit, der Kanton hat uns rasch und unbürokratisch unterstützt», sagt der Geschäftsleiter. Die 40 Fachpersonen waren immer vor Ort und begleiteten die Anwesenden. «Einer der Lichtblicke war, dass wir für die Mitarbeitenden, die vor Ort waren, weiterhin eine Tagesstruktur anbieten konnten», sagt Norbert Bucheli. Und es gelang, alle Produktionsaufträge fristgerecht auszuführen und die Kunden zufriedenzustellen.

### Flexibel, initiativ und mit viel Esprit

Besonders erfreulich ist auch die Umsatzsteigerung – bis zu 20 Prozent – in den Quai4-Märkten. Der Take-away-Betrieb, kurzerhand initiiert, entpuppt sich als Erfolgsgeschichte. Und da auch der Lieferservice vermehrt gefragt war, lancierte man einen Onlineshop. Im Restaurant kreierte das Team eine neue, informative Karte und widmete sich der Umgestaltung von Restaurant und Terrasse, die dadurch noch einladender und gemüthlicher wirken. «Wir wissen nicht, was uns künftig erwartet. Flexibilität ist weiterhin gefordert, aber wir meistern das», sagt Norbert Bucheli zuversichtlich.



**David Masopust, Mitarbeiter Quai4-Markt Alpenquai:** «Ein Albtraum für mich als Asthmatiker, der Markt blieb ja geöffnet. Ich habe mich mit meinen Ängsten ziemlich alleine gefühlt. Als ich zu Hause bleiben durfte, kam ich sehr gut klar. Nun wünsche ich mir, dass sich mein Traumjob im Quai4 bald wieder gut anfühlt.»



**Stefan Huber, Leiter Detailhandel:** «Die physische Distanz ist die neue Nähe, viele Masstäbe haben sich verschoben. Für mich sind Werte wie Achtsamkeit, Dankbarkeit und Vertrauen noch wichtiger geworden. Auch das Vertrauen in das Leben, denn was das Virus uns noch beschert, das wissen wir nicht.»



**Roger Baldinger, Mitarbeiter Quai4-Markt Baselstrasse:** «Als Risikopatient musste ich drei Monate ohne Arbeit und ohne Hobbys – Feuerwehr, Lektor in der Kirche, Fussballtrainer – auskommen. Das Team und die Struktur haben mir gefehlt. Es freut mich, dass ich nun Kunden- und andere Kontakte wieder pflegen kann.»



**Nicole Bucher, Mitarbeiterin WärbAtelier:** «Ich bin froh und dankbar, dass ich immer arbeiten konnte. Das war wichtig für meine Psyche und hat mir einen strukturierten Tagesablauf ermöglicht. Wir waren eine kleinere Gruppe, haben die Massnahmen eingehalten und so hat mich alles nicht zu sehr beeinträchtigt.»



**Matthias Camenzind, Gruppenleiter Gruppe See:** «In der Produktion haben wir durchgehend gearbeitet. Neben Ängsten war Verunsicherung zu spüren. Mich beeindruckt, wie bemüht die Mitarbeitenden sind und die Massnahmen einhalten. Persönlich ist mir die Freiheits- und Kontakteinschränkung bewusst geworden und schwergefallen.»



**Maria-Grazia Melis, Mitarbeiterin Gruppe See:** «Da ich eine Lungenschwäche habe, war ich krankgeschrieben. Aber ich habe das positiv erlebt. Ich war psychisch stabil, habe Homeoffice gemacht – z. B. Papierbündeln geübt – und Bänklitreffen mit Freunden. So hatte ich eine Tagesstruktur und fühlte mich gut aufgehoben.»



**Thomas Riedweg, Mitarbeiter Gruppe Pilatus:** «Mir war und ist die Einhaltung der Schutzmassnahmen wichtig, während der Arbeit und privat, denn meine Frau ist Risikopatientin. Es ist eine Zeit der Unsicherheit. Das erfordert von allen Rücksichtnahme. Ich achte daher verstärkt auf die Hygiene- und Abstandsregeln.»



**Tatjana Röösl, Mitarbeiterin Küchen- team Restaurant Quai4:** «Die Corona-Zeit war eine positive Herausforderung für mich. Am ersten Tag des Lockdowns war mein Arbeitsbeginn im Quai4, das war hart: die ganze Ungewissheit, die Schliessung des Restaurants, alles auf Take-away umstellen, alles neu! Ich habe viel gelernt.»



**Sarah Karlen, Mitarbeiterin Service team Restaurant Quai4:** «Für mich hat Corona deutlich gemacht, dass man Rücksicht aufeinander nehmen und nicht nur an sich denken sollte. Ich setze mich sehr mit diesem Virus auseinander. Es kann jeden treffen, das hat mein Umfeld mir aufgezeigt. Angst habe ich dennoch nicht.»



**Joël Bättig, Fachperson Koch, Restaurant Quai4:** «Eine lehrreiche Zeit für mich – ich habe mehr Verantwortung übernehmen dürfen, was mir sehr entspricht. Wir mussten in der Küche flexibel bleiben. Teilweise waren wir in Kurzarbeit. Gemeinsam haben wir dann das Take-away-Angebot aufgebaut, was die Kunden sehr schätzen und uns freut.»

## Erweiterte Geschäftsleitung

Der Vorstand des Vereins Wärbrogg hat sich entschieden, für die zukünftige Weiterentwicklung der Wärbrogg per 1. Juli 2020 eine Geschäftsleitung zu bilden. Diese besteht aus dem Geschäftsleiter und den bisherigen Bereichsleitern.



Von links: **Stefan Huber**, Leiter Detailhandel, **Daniel Wicki**, Leiter Produktion, **Sandra Käch**, Leiterin Finanzen und Dienste, **Norbert Bucheli**, Geschäftsleiter.

Die Geschäftsleitung ist das oberste Führungsorgan einer Unternehmung. Deshalb ist die Schaffung einer Geschäftsleitung auch eine Verpflichtung und mit der Erwartung verbunden, sich konsequent und verantwortungsvoll für die zukünftige positive Entwicklung der Wärbrogg einzusetzen.

Wir gratulieren allen Bereichsleitern der Wärbrogg ganz herzlich zur Ernennung als Mitglied der Geschäftsleitung. Für sie alle ist diese Einberufung mit hoher Wertschätzung und grossem Dank verbunden. Wir wünschen weiterhin viel Erfolg und Befriedigung bei den anspruchsvollen Tätigkeiten.

## Bon Lieu – Gastronomie mit sozialer Verantwortung



Bon Lieu ist ein in der Schweiz neuartiges Restaurantkonzept. Es überwindet Trennendes und bringt Menschen zusammen: Armutsbetroffene Menschen können Gutscheine beziehen, die sie dazu berechtigen, mit einem Preisnachlass von 75 Pro-

zent in einem der Partnerrestaurants zu speisen. Bon Lieu kombiniert attraktive Gastronomie mit sozialer Verantwortung. Lanciert wurde Bon Lieu von den gemeinnützigen Institutionen SV Stiftung und Caritas Schweiz. Wir finden, das ist eine gute Idee, und machen daher gerne mit.

[www.bon-lieu.ch](http://www.bon-lieu.ch)

## Bio-Fleisch-Pionier

Mit der Umstellung auf durchgehende Bio-Qualität im Restaurant Quai4 wird die Zusammenarbeit mit der Bio-Metzgerei Ueli-Hof noch wichtiger. Seit Jahren konfektioniert die Wärchbrogg Banderolen für die Wurstwaren von Ueli-Hof.

pb. Ueli-Hof ist bei der Luzerner Bevölkerung ein Begriff. Die Erzeugnisse der Bio-Metzgerei Ueli-Hof in Ebikon tragen die Gütesiegel von Bio und Nachhaltigkeit und werden entsprechend hergestellt. Das beginnt mit der artgerechten Tierhaltung bei den Landwirten und mit dem Umgang mit den Tieren, wenn sie geschlachtet werden. «Die Tierethik und die Nachhaltigkeit sind die wichtigsten Pfeiler unseres Unternehmens», sagt Martin Schmitz, Geschäftsleiter Ueli-Hof.

Zum sorgsamem Umgang mit den Tieren gehört auch ein schonender Transport vom Bauernhof in die Metzgerei. Gesetzlich wären in der Schweiz sechs Stunden reine Fahrzeit zulässig. Oft werden

Tiere in der ganzen Schweiz herumgefahren. Schmitz: «90 Prozent der Tiere, die bei uns geschlachtet werden, sind innerhalb einer Stunde in Ebikon.»

### «Second Cuts»

Seit der Ausrichtung auf regionale und nachhaltige Produkte im Markt Quai4 ist Ueli-Hof zum wichtigen Partner für Wurstwaren und andere Fleischerzeugnisse geworden. Mit der Umstellung des Restaurants Quai4 auf Bio-Qualität wird die Zusammenarbeit noch enger. «Wir finden es natürlich sehr schön, dass der Quai4 diesen Schritt macht», sagt Martin Schmitz. «Bio» in der Fleischerzeugung heisst unter anderem, dass nicht nur die edlen Fleischstücke, sondern auch «Second Cuts» angeboten werden.

«Second Cuts» entstehen, wenn möglichst alle Teile eines geschlachteten Tieres für den Konsum verwendet werden, und nicht nur Filets und Entrecôtes. «Das sind spezielle Fleischstücke und Zuschnitte, etwa von den Leisten eines Tieres, die heute in Vergessenheit geraten sind, aber von kreativen Köchen zu hervorragenden Gerichten zubereitet werden können.»

### Banderolen für Wurstwaren

Auch die Wärchbrogg ist für Ueli-Hof ein gefragter Dienstleister. Seit gut sechs Jahren werden in der Produktion der Wärchbrogg spezielle Banderolen für Wurstwaren mit Klebepunkten versehen, welche nicht maschinell aufgetragen werden können. Die Mitarbeitenden der Wärchbrogg kleben jedes Jahr gegen 100000 Banderolen.

«Wir sind sehr zufrieden, wie sorgfältig und vor allem auch flexibel die Wärchbrogg diese Einsätze für uns macht», sagt Martin Schmitz. Gerade während der Corona-Krise habe man manchmal sehr kurzfristig viele Aufträge abwickeln müssen. «Da konnten wir bei der Wärchbrogg darauf zählen, dass es auch mal mit gelegentlichen Expresslieferungen geklappt hat.»

### Wurzeln in St. Niklausen

Die Ausrichtung auf den regionalen Markt und die Nachhaltigkeit sind zwei Werte, welche die Wärchbrogg und den Ueli-Hof verbinden. Seine Wurzeln hat Ueli-Hof in St. Niklausen, wo Walter Unternährer auf dem Hof Mättiwil mit der Einführung des Labels «Natura Beef» 1980 Pionierarbeit leistete. Sein Sohn Ueli Unternährer führt das nachhaltige Erzeugnis weiter. 2002 wurde die Ueli-Hof AG gegründet und 2014 die Bio-Metzgerei in Ebikon eröffnet. Heute zählt das Unternehmen 51 Mitarbeitende.

**wärchbrogg**  
Brücke zur Arbeitswelt

Herausgeber: Wärchbrogg

Redaktion: Nicole Habermacher (nh),  
Pirmin Bossart (pb)

Bilder: Jakob Ineichen

Postadresse:  
Wärchbrogg  
Brücke zur Arbeitswelt  
Alpenquai 4  
CH-6005 Luzern

Tel. +41 41 568 99 66  
info@waerchbrogg.ch  
www.waerchbrogg.ch



**Q U A I 4**  
REGIONAL – NACHHALTIG – SOZIAL

Restaurant Quai4, Alpenquai 4  
Bistro Quai4, Sempacherstrasse 10  
Quai4-Markt, Alpenquai 4  
Quai4-Markt, Baselstrasse 66

Auflage: 5000 Exemplare  
Grafik: supersonix, Ruedi Rey  
Druck: Brunner Medien AG

Unser Spendenkonto:  
IBAN CH49 0077 8201 7387 6200 1



Reg. Nr. CH11/1941

**Martin Schmitz:**  
«Wir sind sehr zufrieden,  
wie sorgfältig und flexibel  
die Wärchbrogg für uns  
arbeitet.»