

## Innovatives Appenzell

# Whisky, Witze, Wickelgüter

Die Appenzeller sorgen mit traditionellen und zunehmend auch innovativen Produkten landesweit für Aufsehen. Wie passen Bauernschläue und Innovationskraft zusammen – oder was macht die Appenzeller so erfolgreich?

Text **Andrea Duttwiler** Fotos **Simone Gloor**

St. Gallen ist die grüne Wiese der Schweiz, das Appenzell der Kuhfladen darin, so die landläufige Meinung. «Und wir sind das Goldstück im Kuhfladen», sagen die Appenzell Innerrhoder. Tatsächlich glänzen sie durch Unternehmergeist und Innovationskraft und überstrahlen nebst dem Appenzell Ausserrhoden auch manch andere Schweizer Region.

Der Appenzeller Käse prangt unübersehbar an den Plakawänden, der Flauder thront in den Regalen eines Grossverteilers, und auf jedem zweiten Restauranttisch liegen die bekannten

«Die Appenzeller kennen keinen Neid, sondern helfen einander, weil der ganze Kanton vom Erfolg profitiert.»

Karl Locher

Biberli bereit. Das Appenzell ist allgegenwärtig. Obwohl andere Regionen vergleichbare Produkte erzeugen, werden sie nicht ansatzweise so stark wahrgenommen wie das Appenzell und speziell Innerrhoden. Hat nicht nur der Käse mit der Kräutersulz ein Geheimnis, sondern auch das Appenzell selbst? Was ist dran am Mythos, und wie ticken die «Appenzöller»?

## Zwischen Tradition und Moderne

«Die Appenzeller kennen keinen Neid, sondern helfen einander, weil der ganze Kanton vom Erfolg profitiert», erklärt Karl Locher, Mitinhaber und Mitglied der Geschäftsleitung der Brauerei Locher AG. Sein Unternehmen produziert das bekannte Appenzeller Bier. Die Brauerei ist idyllisch am Dorfrand ennet der Sitter gelegen und verströmt einen dezenten Braugerstengeruch. Im Hauptgebäude wird produziert und verladen, in einem älteren Wohnhaus um die Ecke hat Karl Locher sein Büro. Der knorrigere Konferenztisch und ein Bild der Brauerei aus frühen Tagen zeugen von Tradition, das drahtlose Telefon steht für die Gegenwart. Karl Locher ist es gar gelungen, aus der Tradition eine Innovation zu schaffen: den Säntis-Malt-Whisky. «Dies ist möglich, weil die



Karl Locher, Mitinhaber und Mitglied der Geschäftsleitung der Brauerei Locher AG.



Fotos: BR



## Interview mit Simon Enzler

# «Die Forschungsabteilung des Appenzells ist die übrige Schweiz»

Interview **Andrea Duttwiler**

### Herr Enzler, warum sind die Appenzeller so besonders?

**Simon Enzler:** Wir sind der Kanton mit der kleinsten Bevölkerung und einer der kleinsten Flächen. Gleichzeitig haben wir viel Inhalt: Volkskultur, Musik, Trachten, Baustil. Die Ressource Kulturgut und die Authentizität sind vorhanden und werden gut vermarktet.

### Nehmen wir die Appenzeller wegen ihrer Authentizität so stark wahr?

Wenn die Appenzeller etwas bewahrt haben, dann den Faden zu sich selbst. Die Träger der Kulturen leben ihre Tradition. Gibt eine Werbeagentur aber einen Appenzellerbrauch im Weltformat preis, wird die Volksseele praktisch nach aussen gekehrt.

### Wie funktioniert das Appenzell?

Die Sozialkontrolle ist massiv. Zudem sind alle etwas langsamer, obwohl sie in der Werbung innovativ wirken. Die Forschungsabteilung des Appenzells ist die übrige Schweiz. Sie macht Erfahrungen und Fehler. Wir sind langsamer, erreichen aber bessere Lösungen.

### Die Firma kuk electronic ag ist ein innovatives Unternehmen und führend bei Wickelgütern – ein eher unbekannter Exportschlager ...

Man sagt ja auch, die Appenzeller trügen. Kleine Leute werden gern unterschätzt, so wie Napoleon, der war ein Mannli. Die Wahrheit ist: Hier herrscht einfach weniger Konkurrenz.

So hat man schnell den Bonus, als innovativ zu gelten. Wer hier Ambitionen hat, wird schneller erfolgreich sein, als wenn er dieselben Ambitionen in Zürich verfolgen würde.

### Wie ist das wahre Wesen der Appenzeller?

Für mich macht das tiefe Gefühl, das ich bei der Musik empfinde, die Seele, das Warme und gleichzeitig das Melancholische

«Wir Appenzeller sind langsamer, erreichen aber die besseren Lösungen.»

Simon Enzler

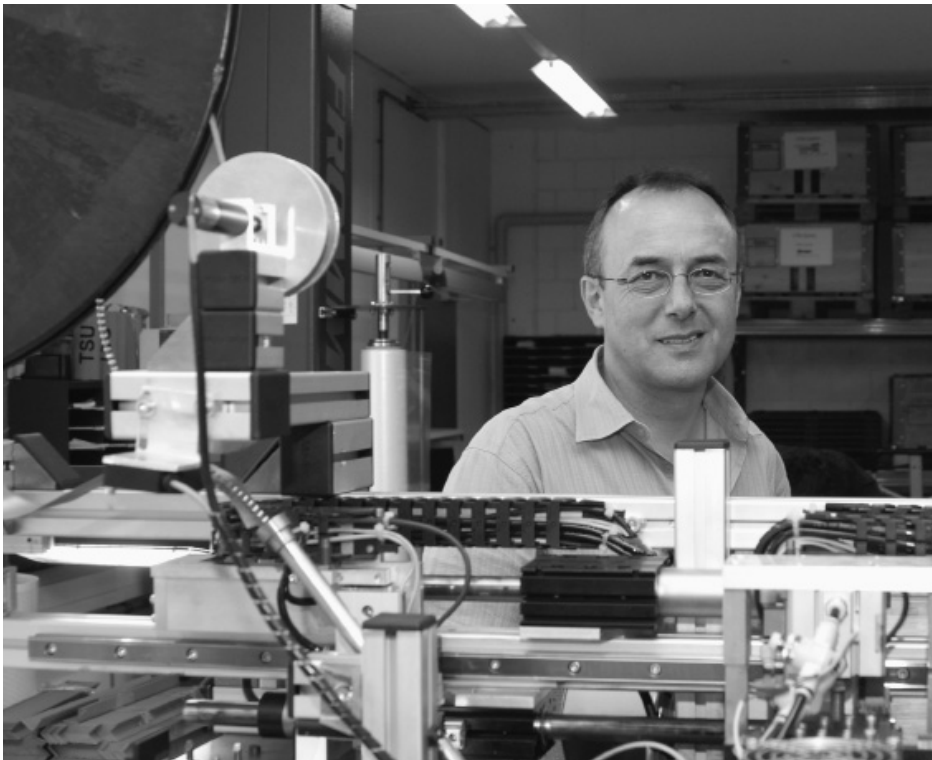
des Appenzells aus. Der Appenzeller ist bekanntlich ein gespaltenes Wesen. Das spürt man in der Musik.

### Wo geht es mit dem Appenzell hin?

Die Marke Appenzell kommt mir manchmal fast inflationär vor. In 50 Jahren wird man keine Werbung mehr mit dem Alpabzug machen können. Wir müssen Traditionen leben, das heisst Werte weitergeben. Sonst enden wir im Museum.

### Wird das Geheimnis der Kräutersulz je gelüftet?

Es heisst, es gebe einen Safe im Appenzellerland, in dem das Rezept für die Kräutersulz verwahrt ist. Doch nachdem das Bankgeheimnis aufgefliegen ist, glaube ich nicht mehr wirklich an Geheimnisse. ■



Hansueli Koster, Geschäftsleiter der kuk electronic ag. Die Firma stellt unter anderem Lautsprecherspulen für das iPhone her.

Appenzeller ihre Ideen weitergeben und an die Nachkommen denken», erklärt er. Obwohl seine Familie seit fünf Generationen in Appenzell lebt, ist Karl Locher für die Alteingesessenen der Zugezogene aus Obereggen geblieben. Die Exklave ist völlig von Ausserrhoden und St. Gallen umschlossen und gilt daher bei den Innerrhodern nicht als «Innerland».

«Unsere Unternehmen arbeiten zusammen, um die Marke Appenzell gemeinsam zu pflegen», erklärt Daniel Fässler, Vorsteher des Volkswirtschaftsdepartements und Stillstehender Landammann von Appenzell Innerrhoden, das Besondere an den Appenzellern. Er bestätigt, dass Neid kaum ein Thema ist. Bei Messeauftritten bewerben Firmen die Marke Appenzell gemeinsam und beziehen auch den Tourismus mit ein. «Für den Konsumenten ist das Appenzell praktisch eine Einheit, weil das Produkt für den Tourismus wirbt und umgekehrt», beschreibt Fässler die in seinen Augen grösste Stärke der Innerrhoder. Diese profitieren zudem von ihrer Fähigkeit, aus einer Lage das Beste zu machen. Denn weil die Natur nicht viel hergibt, muss alles erkämpft werden.

Die Idee eines Appenzeller Whiskys entstand aus dem Bedürfnis, die alten Eichenfässer, in denen früher Bier gelagert wurde, weiterhin zu nutzen. «Wenn nun das verdampfte Bier wieder rausgelöst wird, geht die Seele aus den alten Fässern in den Whisky über», ist Karl Locher überzeugt. Die Säntis-Malt-Ära dürfte indes höchstens dreissig Jahre andauern. Danach sind die Fässer nicht mehr brauchbar. Derzeit exportiert die Brauerei Locher den Appenzeller Whisky nach Singapur und Taiwan, bietet ihn in Schottland in Whiskybars und in Australien zur Degustation an.

Aus Erfahrungen können wieder neue «quöllfrische» Ideen entstehen. Zu den aktuellen Kreationen aus dem Hause Locher zählen etwa ein Reisbier und ein Flauder-Panaché, das die Brauerei in Zusammenarbeit mit der nicht minder bekannten Mineralquelle Gontenbad herstellt. Ein weiterer vielversprechender Schulterschluss unter Innerrhodern.

## Ein Unternehmen am Puls der Zeit

«Die Appenzeller sind seriöse, bodenständige Handwerker, Macher. Diese Eigenschaft bremst möglicherweise Innovationen», charakterisiert Hansueli Koster, Geschäftsleiter der kuk electronic

ag, seine Landsleute. Ganz anders der Patron selbst: Er hat sein Unternehmen, das Wickelgüter und Elektronikprodukte für die Automobil-, Handy- und Medizinbranche herstellt, in knapp zwanzig Jahren als führenden Anbieter in Europa etabliert. 2004 wagte kuk den Sprung nach China, um vor Ort einen Kunden zu belie-

**«Die Appenzeller sind seriöse, bodenständige Handwerker, Macher. Diese Eigenschaft bremst möglicherweise Innovationen.»**

Hansueli Koster, Geschäftsleiter der kuk electronic ag

fern, dem der Marktdurchbruch gelungen war. Weil kuk ein reiner Zulieferer ist und ihr Name nie auf dem Produkt erscheint, ist kaum bekannt, dass zum Beispiel die Lautsprecherspulen im iPhone ebenfalls aus dem Appenzell stammen. Hansueli Koster stellt nüchtern fest: «Der Markt hat uns gezwungen, zum besten Spulenhändler zu werden.» Um dieses Ziel zu erreichen, hat das Unternehmen selbst Produktionsmaschinen nach Mass gefertigt. Sie stehen im ersten Obergeschoss des modernen Industriebaus, den kuk 2003 bezogen hat, und werden von Hand bedient. Die Mitarbeiter, die Hansueli Koster alle mit Namen kennt, wurden speziell für diese Arbeit angelernt. Unter ihnen finden sich etwa eine ehemalige Kindergärtnerin und Serviceangestellte. Primär beschäftigt kuk aber Automatiker, Elektroniker, Mechaniker und Ingenieure. Zusätzlich arbeitet Hansueli Koster schweizweit mit jungen Firmen zusammen, die technisch Neues ausloten und so für Aufbruchstimmung im Markt sorgen.

Diese Netzwerke, durch die kuk stets am Puls der Zeit bleibt, sowie insbesondere die Fähigkeit, rasch auf veränderte Marktbefürfnisse zu reagieren, begründen den Erfolg des Appenzeller Unternehmens. Mitentscheidend dürfte auch der Realitätssinn von Geschäftsleiter Koster sein. «Innovativ sind Zugezogene und Eingehatete. Wir sind dankbar dafür», demontiert er den Mythos der findigen Appenzeller. Für die Einheimischen habe sich seit den Zeiten, in denen das Appenzell für seine Stickereien



Oben: Typische Appenzeller Beiz.  
Rechts: Alpabzug durch Appenzell.  
Links: Die Rheineck-Walzenhausen-Bahn.

berühmt war, wenig verändert. «Früher spannten sie einen Faden ein, heute ist es ein Draht. Die Leute haben aber den Ehrgeiz, auf ihrem Gebiet gut zu sein», so seine Wahrnehmung.

## Den Witzwanderweg haben die Appenzeller der Fremdenlegion zu verdanken

Ein Beispiel für Appenzeller Innovationskraft und Zusammenhalt gleichermaßen ist das Drehrestaurant Hoher Kasten. Das Projekt entstand, weil die Bergbahn kurz vor dem Aus war. «An manch anderem Ort hätte man die Bergbahn in Konkurs gehen lassen», ist Daniel Fässler überzeugt. «Die Innerrhoder aber entschlossen sich, mit einem mutigen Projekt zwei Schritte vorwärts zu tun.» Die künftigen Betreiber gewannen die Bevölkerung als Kleinaktionäre und sammelten so das notwendige Kapital, um die Idee eines Drehrestaurants zu verwirklichen. Dank diesem beherzten Schritt nach vorn ist Innerrhoden nun um eine Erfolgsgeschichte reicher.

«Den Appenzellern fällt es nicht immer leicht, über sich selbst zu lachen», meint Peter Eggenberger, Gründer des bekannten Witzwanderwegs zwischen Heiden und Walzenhausen. Wie sie ticken? «Sie sind humorvoll und schlagfertig, Fremden gegenüber aber anfänglich etwas distanziert.» Ironie des Schicksals: Den Witzwanderweg hat das Appenzell der Fremdenlegion zu verdanken, der sich Peter Eggenberger als junger Mann angeschlossen hatte. Denn als er zurückkehrte, brachte er nicht nur seinen französischen Wortschatz mit – den ruckelnden Zug, der die Besucher von Rheineck nach Walzenhausen bringt, nennt er augenzwinkernd TGV, «train à grande vibration» –, sondern auch eine geschärfte Optik für die Sprache und die Menschen seiner Heimat. Diese neuen Eindrücke hielt er in Büchlein und Kurzgeschichten fest. «Der Witzweg entstand aus dem Wunsch, Wandern, Geschichten und Bilder schlagfertiger Appenzeller zusammenzubringen», erinnert er sich. Am liebsten witzeln die Appenzeller über Autoritäten wie Ärzte, Lehrer oder Offiziere und natürlich über «Fremde», allen voran Deutsche, Berner und Zürcher. «Die müssen es ertragen. Doch es gefällt allen», meint Peter Eggenberger lakonisch. Daran gibt es angesichts von 40 000 Besuchern pro

Jahr keinen Zweifel. Zum Witz gesellt sich auch hier der Unternehmergeist. Feuerstellen, Spielplätze, Restaurants und das Postauto, das parallel zur Route fährt, machen den ganzjährig begehbaren Wanderweg für Gross und Klein besonders attraktiv. Peter Eggenberger hatte auch bereits eine weitere zündende Idee: Humorweekends mit Appenzeller Geschichten, Hackbrettmusik und Dorfrundgang. «Die Idee wurde aber fallen gelassen, weil zu wenig Geduld und Geld für Werbung vorhanden waren», kommentiert

## «Den Appenzellern fällt es nicht immer leicht, über sich selbst zu lachen.»

Peter Eggenberger, Begründer des Witzwanderwegs

er den ungewohnten Misserfolg. Derzeit wird eine Neuauflage der bei Gästen sehr beliebten Humorweekends geprüft. Bis zu deren Wiederaufnahme bleibt Peter Eggenberger mehr Zeit für seine Vorträge und Geschichten, mit denen er den Appenzeller Witz in die Nordostschweizer Kantone hinausträgt.

## Tiefe Verbundenheit mit den eigenen Wurzeln

Was ist nun wirklich das Geheimnis der Appenzeller? Cyrill Kilchenmann von der Berner Agentur Contexta, die sich aufgrund eines Mandats eingehend mit der Region auseinandergesetzt hat, wagt einen objektiven Erklärungsversuch: «Noch heute basiert ein bedeutender Teil des kulturellen Lebens im Appenzellerland auf den ursprünglichen Bräuchen der Sennen, Hirten und Bauern.» Dazu gehörten die Streichmusik, das Talerschwingen, die Bauernmalerei und insbesondere auch das Käsehandwerk. Diese gelebte Tradition und die tiefe Verbundenheit mit den eigenen Wurzeln machten die Appenzeller echt und authentisch, präzisiert er. «Die Bilder aus der Werbung für Appenzeller Käse sind keine Klischees und daher besonders glaubwürdig. Zudem macht der spezielle Humor die Appenzeller einzigartig und sympathisch.» ■