



Die «Gaudis-Frauen»: Christina Bachmann-Roth, Deborah Steiner, Constanze Laufmann, Marie-Theres Roth, Hannah Günel (v. l.).

## Käse als Frauensache

Die Handelsplattform Gaudis AG für Käse aus dem Luzerner Michelsamt ist fest in Frauenhand. Das Team will dem Käsen einen neuen Ruf geben.

TEXT PATRICK HÄFLIGER FOTO MARKUS HÄSSIG

Über 21 Kilo Käse isst die Schweizer Bevölkerung durchschnittlich pro Jahr und Kopf. Keine Auskunft gibt die Statistik leider darüber, wie der Konsum geschlechterspezifisch aufgeteilt ist. Deutsche Studien kommen aber zum Schluss, dass Frauen und Männer in etwa gleich viel Käse konsumieren. «In unserer Familie dürfte es ebenfalls ausgeglichen sein», schätzt Christina Bachmann-Roth, Geschäftsführerin der Gaudis AG. Das Unternehmen vermarktet die Käse und andere regionale Spezialitäten aus dem Luzerner Michelsamt. «Aber auf Facebook und Instagram folgen uns mehr Frauen als Männer – aus welchem Grund auch immer.»

Auch die Gaudis AG ist fest in Frauenhand: Neben der 35-jährigen Geschäftsführerin arbeiten derzeit ausschliesslich Frauen in Vertrieb und Vermarktung. Und auch in der Logistik und

der Käserei in Neuendorf ist der Frauenanteil hoch. So arbeiten Käserinnen wie Hannah Günel mit männlichen Kollegen zusammen. Nicht zu vergessen die Bauernbetriebe der Wertschöpfungsgemeinschaft Michelsamt, die ebenfalls teilweise von Frauen geführt werden. Das alles habe sich so ergeben und ist nicht Teil der Strategie, sagt Christina Bachmann-Roth.

### Käsen ist modern und chic

Der hohe Frauenanteil steht etwas im Widerspruch zum gängigen Klischee übers Käsen. «Das Bild vom bärtigen älteren Mann, der grimmig am Chessi über dem offenen Feuer steht oder eisern sein Käsegeheimnis hütet, das passt nun wirklich nicht zu uns», erklärt die Gaudis-Geschäftsführerin. Oder generell zum Käsen an sich, denn Käsen sei modern, chic, fröhlich und

durchaus auch weiblich. Deshalb will Gaudis dem traditionellen Handwerk einen neuen Ruf verpassen. Das Motto: «Fürs starke Geschlecht – und alle Männer». Natürlich sei das mit einem Augenzwinkern gemeint, sagt Christina Bachmann-Roth. «Wir deklarieren vielleicht, was wir tun, nämlich den Produkten eine weibliche Note verpassen.» Bestes Beispiel: der rein «weibliche» Bio-Käse «EmmaGianna». Die Milch stammt vom Hof von Bäuerin Emma, Käserin Hannah macht daraus den Hartkäse. Und das Tüpfelchen obendrauf: Der Käse ist vegetarisch, da kein tierisches Lab verwendet wird. Da der Frauenanteil bei Vegetariern höher ist, ist es der perfekte Käse fürs «starke Geschlecht». Aber eben: «Er schmeckt sicher auch vielen Männern», sagt Christina Bachmann-Roth mit einem Schmunzeln. ●