

23. Mai 2019

Seite 30

Auflage 3'174 Ex.  
Reichweite 2'285 Leser  
Erscheint woe  
Fläche 32'600 mm<sup>2</sup>  
Wert 700CHF

Anzeiger Michelsamt  
6215 Beromünster

Eins.



Neue Kampagne bei Gaudis

## Fürs starke Geschlecht und alle Männer



Gar nicht verstaubt: Gaudis räumt mit Klischees auf.

(Bild: zvg)

**Verstaubt, grimmig und sicher männlich: Das Klischee eines Käasers aus der Werbung passt so gar nicht zu uns aus dem Michelsamt. «Ein Jammer, dass dieses Image überhaupt besteht», findet Gaudis und lanciert eine Kampagne.**

(Eins.) Als Handelsplattform Gaudis AG (lateinisch: Genuss, Freude, Fröhlichkeit) setzen sich Gaudis dafür ein, dem Käse einen neuen Ruf zu verpassen: Modern, fröhlich, laut, chic und vor allem ist Käse keinesfalls nur Männersache. Oder warum sollte es Männersache sein? Frauen sind doch nicht nur «die starke Partnerin im Rücken eines erfolgreichen Mannes». Oder nur dafür da, leichtbekleidet für ein Stück Käse zu werben. Jedenfalls ist es im Michelsamt nicht so.

Gaudis will es jetzt wissen und lanciert einen Wettbewerb. «Wir möchten Ihnen eine ganz einfache Frage stellen, die leider viel zu viele Männer provoziert: Warum sind wir Frauen das starke Geschlecht?», fragt Gaudis frech. Schreiben Sie Ihre Meinung per E-Mail an: [info@michelsamt.ch](mailto:info@michelsamt.ch) und Sie erhalten als Dankeschön ein Geschenk von Gaudis. Wichtig: Geben Sie im Mail die Postadresse an, damit das Geschenk auch ankommt.

### Keine Geheimnisse

Die Frauen vom Luzerner Hochpla-

teu Michelsamt machen wunderbare Produkte. Sie produzieren und handeln mit landwirtschaftlichen Spezialitäten aus einem lokalen und nachvollziehbaren Kreislauf. Sie kennen alle Bauern persönlich, arbeiten in der Wertschöpfungsgemeinschaft Michelsamt zusammen und garantieren, dass selbst das Futter für die Tiere nur aus regionalen Rohstoffen gewonnen wird. Gaudis ist Pionierin in Sachen Transparenz und Nachhaltigkeit. Im Gegensatz zu «Appenzeller» hat das Michelsamt keine Geheimnisse und wüsste nicht, warum es welche haben sollte.

«Wichtig: Wir bei Gaudis sind keine verbitterten Emanzen, die sich auf Kriegszug gegen die böse Männerwelt befinden», heisst es in der Medienmitteilung weiter. Es sei auch nicht die Strategie von Gaudis, nur Frauen einzustellen. Obwohl bei Gaudis momentan ein reines Frauenteam ist. «Wir lieben den Käse und regionale Produkte und überlassen diese den Männern nicht. Wir tragen laut und farbig in die Schweiz hinaus, dass hier im Michelsamt auch Frauen das Sagen haben. Ob mit Werbeplakaten, mit Flyern, mit farbigen Messeauftritten, mit Aktivitäten auf Social Media oder mit der aktuellen Verkaufskampagne bei Coop: Wir ecken an. Und wir hören nicht auf anzuecken, bis jede und jeder begriffen hat: Käse ist keine Männersache.»