

MURI

Diese Chäsi hat nur hat nur Schweizer Käse im Sortiment - und feiert Alpaufzug

von Andrea Weibel — az Aargauer Zeitung • 15.6.2018 um 05:00 Uhr



In der Chäsi Muri ist Alpaufzug: Die vier Verwaltungsratsmitglieder Andy Kreuzer, Désirée Frei (Geschäftsführerin), Thomas Strebel und Markus Dürrenmatt (von links) sind glücklich mit dem neuen Konzept. Zur Verfügung gestellt

Seit 100 Tagen hat die Chäsi Muri eine neue Leitung und ein neues Konzept: konsequent regional und saisonal.

Eine Chäsi, die ganz auf ausländischen Käse verzichtet? Das geht doch nicht! Dass es doch geht, beweist die Chäsi Muri mit ihrem neuen Konzept. Seit 100 Tagen leitet Désirée Frei als Geschäftsführerin zusammen mit ihrem Partner Andy Kreuzer den im Dorf gut verwurzelten Laden an der Marktstrasse 21.

«Viele Produkte, die die Leute schon immer hier gekauft haben, Bäri-Gwürz zum Beispiel, haben wir natürlich im Sortiment behalten. Vieles andere haben wir aber unserer Vorstellung von saisonal und regional angepasst», erklärt sie. «Beim Käse fiel uns das nicht leicht, wir mussten viel recherchieren, um beispielsweise die beliebten Franzosen zu ersetzen. Aber mittlerweile bieten wir über 170 verschiedene Käsesorten und haben Schweizer Käse, die den französischen nicht nur ebenbürtig sind, sondern häufig sogar noch besser», ist sie stolz. «Wer das nicht glaubt, den beraten wir gern.»

Anders als Grossverteiler

Dieses Konzept ist fortschrittlich und ganz im Sinne der Käsegenossenschaft Muri-Wey, die die Chäsi bis vor wenigen Monaten noch selber führte. «Als die vorherige Ladenleiterin pensioniert wurde, mussten wir eine andere Lösung finden, denn so viel zusätzliche Arbeit wie Buchhaltung und vieles mehr können sich die Bauern nicht aufladen», erklärt Verwaltungsratspräsident Markus Dürrenmatt, gleichzeitig Präsident der Genossenschaft. «Wir sind sehr zufrieden mit der neuen Lösung, bei der 50% der Chäsi noch immer der Genossenschaft gehören, während die anderen 50% neu im Besitz von Désirée Frei und Andy Kreuzer sind.»

Hauptziel der Chäsi war schon immer, dass die Produkte der lokalen Produzenten hier verkauft werden können. Doch nicht allen Kunden gefällt das neue Konzept. Andy Kreuzer gibt zu: «Ja, wir haben Kunden verloren, weil sie bei uns nicht mehr alle Marken und Labels finden. Aber genau hier heben wir uns von den Grossverteilern ab.» Neben den besonderen Käsesorten zählt er vor allem die Molkereiprodukte auf, die den Laden einzigartig machen: «Wir haben regionale Produzenten, die Waren aus Kuh-, Büffel-, Schaf- und Ziegenmilch liefern, ein solches Sortiment sucht seinesgleichen.» Frei fügt hinzu: «Joghurts haben wir meist im Gläsli. Aber als einige Kunden sich beschwerten, weil sie das Klirren der Löffeli am Glas nicht mögen, haben wir wieder Joghurts in Plastikbechern eingeführt.»

Sie hätte sich nie vorstellen können, was Leute alles an Esswaren stören könnte, fügt sie halb schmunzeln, halb kopfschüttelnd hinzu. Sie gehen auf so viele Wünsche wie möglich ein. Auch Bio- und Demeterprodukte bieten sie an, genauso wie vegane und Fairtrade, falls es doch einmal keine inländischen Alternativen gibt, wie bei Kaffee oder Bananen.

«Regionaler gehts nicht»

Im kleinen Chäsilädli findet man alles, was man für den Alltag an Esswaren braucht. Neben Milchprodukten gibt es vom Seetaler Dinkelmehl über Islisberger Rapsöl und das ganze Oberfreiamter Buurechuchi-Sortiment bis zu frischem Gemüse und Obst einfach alles. «Das Gemüse wird morgens um 8 Uhr frisch geschnitten und muss keine fünf Kilometer zu uns transportiert werden. Frischer und regionaler gehts nicht», freut sich eine Verkäuferin. Damit beweist sie, was der Chäsi Muri ebenfalls wichtig ist: «Alle unsere Verkäuferinnen kommen aus ländlichem Umfeld und identifizieren sich mit den Produkten. So stellen wir die beste Beratung sicher», so Frei.

Wichtig ist auch das Thema Food Waste. «Wir wollen möglichst nichts wegwerfen. Das hat zur Konsequenz, dass wir eine Stunde

vor Ladenschluss die Regale vielleicht nicht mehr komplett voller Frischprodukte haben. Auch das gefällt nicht allen Kunden. Aber die meisten verstehen es und finden es sogar gut», ist Kreuzer überzeugt.

Um die Verbundenheit mit Schweizer Produkten und deren Produzenten zu zeigen, feiert die Chäsi derzeit Alpaufzug. «Hinter all den Alpkäsen in der Theke stehen nicht nur die Verkäuferinnen, sondern Äpler, die den Käse in harter Arbeit den Sommer über für uns herstellen. Auch das wollen wir den Leuten wieder näher bringen. Saisonal, regional und bewusst, so möchten wir unsere Produkte anbieten», sind sich Frei und Kreuzer einig.