

Muhen «Gwärbi24» unter dem Motto «Mer bewege Sie»

«Etwas Spezielles, Neues und nicht Alltägliches»

Die Gewerbeausstellung Muhen 2024 ist als grosser Tag der offenen Türen des Müheler Gewerbes organisiert. Die Ausstellung am 25. Mai findet nicht an einem zentralen Ort, sondern direkt bei den teilnehmenden Betrieben statt. OK-Präsident Marco Brivio freut sich auf den speziellen Tag.

Marco Brivio, erstmals seit über 13 Jahren findet in Muhen wieder eine Gewerbeausstellung statt. Weshalb hat es so lange gedauert?

Marco Brivio: Ja, es ist eine lange Zeit seit der letzten Gwärbi vergangen. Wir hatten eine grosse Gewerbeausstellung geplant – leider hat uns Corona einen Strich durch die Rechnung gemacht. Umso mehr freuen wir uns nun auf das bevorstehende Fest.

Dafür haben Sie sich für die «Gwärbi24» in Muhen nun etwas ganz Spezielles einfallen lassen. Die Teilnehmer präsentieren sich an ihren Firmen-Standorten und nicht an einem gemeinsamen Ort. Wie kam es zu dieser Idee?

Wir im Organisationskomitee wollten nicht eine Gewerbeausstellung im herkömmlichen Sinne in einer Turnhalle oder in einem Mehrzweckgebäude mit diversen Ausstellern machen. Wir wollten etwas Spezielles, Neues und nicht Alltägliches organisieren. Ganz nach unserem Gwärbi-Motto «Mer bewege Sie».

Was verspricht sich das Gewerbe von Muhen von dieser Art der Ausstellung?



Marco Brivio ist OK-Präsident der bevorstehenden Müheler Gewerbeausstellung vom Samstag, 25. Mai.

Kaspar Flückiger

Diese Art der Ausstellung bringt für alle einen grossen Vorteil. Die Gwärbler können sich in ihrem gewohnten Umfeld präsentieren. Die Besucher haben die Möglichkeit, sich direkt vor Ort des Geschehens einen Eindruck zu verschaffen und die Betriebe «im Einsatz» zu sehen.

Die Ausstellung dauert nur einen Tag und ist am 25. Mai, von 9 bis 17 Uhr, geöffnet, auch das ist ausser-

gewöhnlich. Reicht diese Zeit aus, um alle Betriebe zu besuchen?

Das OK ist sich bewusst, dass es zeitlich vermutlich nicht ausreichen wird, alle Aussteller zu besuchen. Jeder der mitmachenden Gwärbler freut sich jedoch über jeden Besucher.

In Kürze wird die Erlebniskarte auf der Website www.gwaerbi24.ch aufgeschaltet. Können Sie uns jetzt

schon verraten, auf welche Erlebnisse sich die Besucher speziell freuen können?

Die Besucher können sich auf ein Feuerwerk an Erlebnissen an diesem Tag freuen. Ich möchte noch nicht zu viel verraten. Die Müheler Gwärbler haben sich aber einigeseinfallen lassen, damit die Besucher eine bleibende Erinnerung an diesen Tag haben. Verraten darf ich, dass es von einer Hüpfburg über Acker-Surfen bis hin zu Harassenklettern gehen wird.

Die «Hoperia» an der Hauptstrasse 43 in Muhen ist das eigentliche Gwärbi-Zentrum. Was gibt es hier alles zu erleben?

Die Hoperia ist der Ausgangspunkt der Gwärbi. Hier befindet sich der Infopoint. Dort werden den Besuchern auch die Erlebniskarten übergeben. Ebenso stehen dort Shuttle-Busse (auch für Rollstuhlfahrer und Kinderwagen) zur Verfügung.

Nun liegen die einzelnen Firmen ja nicht alle beieinander und sind über die ganze Gemeinde verteilt. Was bieten Sie den Besuchern an, die nicht zu Fuss oder mit dem Fahrrad unterwegs sind?

Wir freuen uns über jeden Besuch. Sei es zu Fuss oder per Velo. Die Besucher kommen aber auch in den Genuss von Fahrdiensten. Neben diversen Shuttle-Bussen – die Haltestellen sind auf der Erlebniskarte markiert – können die Besucher die vier Tram-Haltestellen von Aargau Verkehr gratis benutzen. Wir haben für jeden mobilen und nicht mobilen Besucher eine Transportmöglichkeit.

Der Gewerbeverein hat 73 Mitglieder, 34 davon machen an der «Gwärbi24» mit. Ist der OK-Präsident mit dieser Beteiligung zufrieden?

Ich bin mit der Beteiligung mehr als zufrieden. Es präsentieren sich alle Müheler Gwärbler in ihren möglichen Lokalitäten. Einige Aussteller haben sich sogar zusammenschlossen, um den Besuchern ein noch grösseres Erlebnis bieten zu können.

Gibt es auch ein spezielles Programm für junge Besucher?

Die jungen Besucher sind sehr wichtig. Es ist mir ein grosses Anliegen, dass die jungen Besucher und somit die Fachkräfte von morgen zu sehen bekommen, welche Berufe bei uns im Dorf angeboten werden.

Können Sie sich vorstellen, dass künftige Müheler Gewerbeausstellungen weiterhin so stattfinden oder soll das einmalig bleiben?

Ich kann mir sehr gut vorstellen, dass wir mit diesem neuen Konzept voll ins Schwarze treffen. Wie die zukünftigen Gewerbeausstellungen aussehen, wird sich zeigen.

Auf was freuen Sie sich am meisten an der «Gwärbi24»?

Am meisten freue ich mich, dass nach so langer Zeit wieder eine Gwärbi stattfindet. Das ganze Dorf und die Region um Muhen werden auf den Beinen sein. Es wird ein grosses Dorffest.

Interview: Raphael Nadler

Haiyad Abdullahi blickt zurück auf ihre Zeit als Markenbotschafterin von Pink Lady

«Pink Lady ist mein absoluter Lieblingsapfel»

Während vier Jahren war die junge Zürcherin Haiyad Abdullahi Markenbotschafterin von Pink Lady. Gemäss dem üblichen Turnus gibt sie ihr Amt dieses Jahr an eine Nachfolgerin ab. Im Interview berichtet die angehende Primarlehrerin mit somalischen Wurzeln über die bewegte Zeit bei Pink Lady.

Es ist nun bald vier Jahre her seit deiner Wahl zur Markenbotschafterin von Pink Lady. Was hat sich seit der Wahl verändert?

Während der Zeit als Markenbotschafterin habe ich mich ziemlich in Pink Lady verliebt. Ich verstehe jetzt, weshalb dieser Apfel bei den Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten besonders beliebt ist. Der Geschmack ist himmlisch köstlich, die pinke Farbe perfekt. Pink Lady ist jetzt mein absoluter Lieblingsapfel.

Trotz pinker Dominanz stehen auch bei Pink Lady Diversität und Offenheit stets im Vordergrund. Deine Wahl zur Markenbotschafterin war also nicht ganz Zufall.

Mehr Diversität bei der Werbung für Marken ist enorm wichtig und Pink Lady hat ein wichtiges Zeichen gesetzt. Ich möchte Menschen jeglicher Nationalität oder Hautfarbe dazu motivieren, ebenfalls in der Werbung in Erscheinung zu treten.

Wie waren die Reaktionen, als du als Frau mit somalischen Wurzeln zum neuen Gesicht von Pink Lady erkoren wurdest?

Die Reaktionen waren überwiegend positiv. Es hat allerdings auch eini-



Haiyad Abdullahi, Pink Lady-Markenbotschafterin, blickt auf eine bewegte Zeit bei Pink Lady zurück.

zvg

ge sehr unüberlegte und abwertende Rückmeldungen gegeben. Das Thema Diversity scheint noch nicht überall in der Gesellschaft angekommen zu sein.

Wie hast du die Zeit als Markenbotschafterin erlebt?

Es war eine intensive, aber schöne Zeit. Ich war auf zahlreichen Werbemitteln sowohl in Print als auch online, und natürlich war ich auch auf verschiedenen Social-Media-Plattformen präsent. Ich konnte anlässlich von Promotionen Pink Lady repräsentieren und hatte vereinzelt direkten Kontakt mit Pink-Lady-Fans. Während meiner Zeit als Markenbotschafterin durfte ich auch das 20-

Jahr-Jubiläum von Pink Lady begleiten. Das war eine besondere Ehre für mich. Pink Lady gibt es nun schon seit mehr als 20 Jahren aus Schweizer Anbau. Nahezu 100 Prozent der hier verkauften Äpfel stammen aus Schweizer Ernte. Viele Konsumentinnen und Konsumenten sind sich dessen gar nicht bewusst. Trotz dem speziellen Namen mit amerikanischem Anstrich ist Pink Lady hierzulande aber absolut schweizerisch.

Was ist deine persönliche Einstellung zu Pink Lady?

Pink Lady ist für mich wie bereits gesagt der beste Apfel, den es gibt. Er ist knackig, saftig und hat eine süss-saure Note. Hinzu kommt die schöne pinke Farbe. Ich werde Zeit meines Lebens eine Pink-Lady-Liebhäberin bleiben.

Was läuft aktuell bei Pink Lady?

Wie ich gehört habe, ist Pink Lady derzeit jeweils rasch ausverkauft. Das zeigt, wie beliebt der Apfel ist. Die Regale werden aber jeden Morgen neu aufgefüllt. Es hat selbstverständlich genug Äpfel. Es gibt auch diese Saison wieder einen grossen Wettbewerb mit vielen tollen Preisen im Gesamtwert von über Fr. 14'000.–. Mitmachen kann man jetzt auf win.pinklady.ch. Demnächst folgt die Ausschreibung für das Pink Lady Next Top Model Casting.

Bist du an der Wahl auch beteiligt?

Ja, ich werde bei der Wahl auch mitentscheiden. Bin gespannt, wer meine Nachfolgerin wird. Ich wünsche der neuen Markenbotschafterin schon jetzt viel Glück und ebenfalls eine gute Zeit mit Pink Lady! pd

Pure Erholung – höchster Genuss im Wellness Hotel Stoos

Das idyllische Bergdorf Stoos (1300 m ü. M.) ist ein Naturparadies. Vogelgezwitscher anstelle von Autolärm und eine fantastische Weitsicht tragen zur unmittelbaren Entschleunigung schon bei der Ankunft bei. Inmitten dieser traumhaften Bergwelt ist das 4-Sterne-Wellness-Hotel Stoos eine Oase der Ruhe und Erholung.

Schon bei der Anreise erleben die Gäste ein erstes Highlight: Denn die steilste Standseilbahn der Welt transportiert sie in nur 6 Minuten ins autofreie Bergdorf hoch über dem Vierwaldstättersee. Neben unzähligen Spazierwegen bietet die Region rund um den Stoos mit dem wohl schönsten Gratwanderweg der Schweiz vom Klingenstein auf den Fronalpstock ein weiteres Highlight.

Nach dem erlebnisreichen Tag in der Natur lassen Hotelgäste im 1100 Quadratmeter grossen Well-

ness & Spa den Tag Revue passieren. Dafür stehen Ihnen diverse Saunen, Innen- und Aussenwhirlpool sowie ein grosses Schwimmbad zur Verfügung. Der warme Ruhe-raum mit Panoramablick lädt zudem zum Träumen und Verweilen ein. Für den kulinarischen Gaumenschmaus sorgt das Küchenteam mit neuen Kreationen aus altbewährter Schweizer Küche und einem Hauch von Haute Cuisine.

Brückenmonat Mai

Der Monat Mai bietet mit seinen Brückentagen die perfekte Gelegenheit für eine Wellness-Auszeit in den Bergen, um neue Energie zu tanken und die Natur zu geniessen. pd

Wellness Hotel Stoos

041 817 44 44
wellnesshotel@stoos-hotels.ch
wellnesshotel-stoos.ch



Das 4-Sterne-Wellness Hotel Stoos: eine Oase der Ruhe und Erholung.

zvg