

Die «Light»-Variante ist vom Tisch

Zug Das überparteiliche Komitee «Zimmerberg light» setzte sich stets für den Ausbau des vorhandenen Bahntunnels ein. Nun schlägt der Bundesrat vor, einen neuen Tunnel zu bauen, trotzdem sieht sich das Komitee als erfolgreich.

Andrea Muff
andrea.muff@zugerzeitung.ch

Vom nächsten Ausbauschritt der Bahninfrastruktur wird der Kanton Zug profitieren. Der Zimmerberg-Basistunnel zwischen Baar und Thalwil soll definitiv gebaut werden. Dies verkündete Verkehrsministerin Doris Leuthard vor kurzem. Der Tunnel gehört damit zum sogenannten Ausbauschritt 2035, in dem schweizweit 11,9 Milliarden Franken in Bahnprojekte investiert werden sollen. Der Durchgangsbahnhof Luzern gehört nicht dazu. In das Nadelöhr zwischen Baar und Thalwil fliessen 1,6 Milliarden Franken. Geplant ist, dass der Zimmerberg-Basistunnel zwischen 2030 und 2035 fertiggestellt werden

soll. Mit dem Tunnel umfahren die Züge Thalwil. Die Fahrt von Zug nach Zürich würde ohne Halt statt wie heute 22 Minuten nur noch rund 16 Minuten dauern.

Ebenfalls enthalten im gleichen Ausbauschritt sind ein drittes Gleis Zug-Baar sowie Abstellanlagen für die zusätzlichen Züge. Dies bestätigt das Bundesamt für Verkehr auf Nachfrage. Mediensprecher Gregor Saladin schreibt: «Für das dritte Gleis Zug-Baar ist Platz vorhanden. Die genaue Linienführung wird mit den aktuell laufenden Studien festgelegt.» Mehr könne zurzeit nicht gesagt werden. Das BAV versichert aber, dass Kanton und Gemeinden «im Rahmen der Studien» einbezogen werden. Die SBB sind mit der Konzeptstudie beauftragt wor-

den. Diese werde bis 2020 erstellt, heisst es von den SBB. Das Bundesparlament berät 2019 über den Ausbauschritt 2035 im Rahmen eines Gesamtkonzepts, deshalb möchten sich die SBB nicht dazu äussern.

Entscheidung im Januar

Mit dem Bekenntnis des Bundesrats zum Zimmerberg-Basistunnel ist die «Light»-Variante vom Tisch. Diese hätte den Ausbau der bestehenden Strecke auf Doppelspur zum Ziel gehabt. Wie SBB-Vetreter Christoph Fessler im April gegenüber unserer Zeitung sagte, wären die beiden Varianten ungefähr gleich teuer, die Fahrzeitverkürzung mit dem Basistunnel sei aber höher. Die beiden Va-

rianten haben die SBB im Korridorrahmenplan Zentralschweiz geprüft. Dieser liegt der bundesrätlichen Botschaft zum Ausbauschritt 2035 zu Grunde.

Das Komitee «Zimmerberg light» setzt sich für den Ausbau der bestehenden Strecke zwischen Thalwil und Baar-Litti ein. Der ehemalige Zuger Kantonsrat Martin Stuber, Co-Präsident des überparteilichen Komitees, erklärt: «Wir haben seit 2011 für einen sauberen und nachvollziehbaren Variantenvergleich gekämpft.» In diesem Sinne sei das Komitee schlussendlich erfolgreich gewesen und werde «offensichtlich» ernst genommen. Nächste Woche trifft sich der Vorstand zu einem Workshop mit den zuständigen Fachleuten der

SBB. «Wir werden den Korridorrahmenplan Zentralschweiz à fonds besprechen», erklärt Stuber. Weiter führt das Komitee im November eine öffentliche Veranstaltung durch (siehe Hinweis), an der die SBB den Korridorrahmenplan vorstellen – mit Schwerpunkt Variantenvergleich. Wie das Komitee nach der Veröffentlichung der bundesrätlichen Botschaft weiterarbeiten wird, sei ein Thema an der Generalversammlung im Januar, so Stuber.

Ganz zufrieden mit dem Ausbauschritt 2035 ist Martin Stuber aber nicht. Da das Komitee seine offizielle Meinung noch nicht gefasst habe, spreche er nur für seine Person: «Es braucht den Ausbau auf Doppelspur auf der ganzen Strecke Zürich-Zug-Luzern.»

Und dies in einer angemessenen Zeit. «Für mich steht fest, dass wir den Durchgangsbahnhof in Luzern brauchen», sagt Stuber. So sollte sich auch der Kanton Zug darum bemühen, dass dieser in den nächsten Ausbauschritt aufgenommen wird. «Ich frage mich, wie die SBB die zusätzlichen Züge auf der Strecke Zug-Luzern führen wollen, solange der Durchgangsbahnhof nicht steht. Und was passiert mit den heute schon bestehenden Überlasten bis zur Eröffnung des Zimmerberg-Basistunnels II?»

Hinweis

«Zimmerberg-Basistunnel II doch die beste Variante?», Mittwoch, 21. November, 19.30 Uhr, Konferenzraum, Swissotel Zug, Chollermüli.

Sie bringen die Wienerli-Mumien auf den Teller

Start-up Die beiden Neuheimerinnen Pascale Amrhein-Staub und Monika Keiser Diaz betreiben gemeinsam das Online-Foodmagazin «Kids am Tisch» auf der gleichnamigen App. Alle zwei Monate werden Rezepte publiziert, die Familien mit Kindern ansprechen sollen.

Asian Chicken, Hamburger-Muffins oder Kürbis-Apfel-Kuchen – die Rezeptvielfalt von «Kids am Tisch» ist gross. Das Online-Foodmagazin will damit Eltern, die ihren Kindern gesunde und abwechslungsreiche Ernährung bieten möchten, Inspiration für «kreative und lustvolle» Gerichte liefern. «Tipps und Tricks für Rezepte sind ein Bedürfnis», erklärt Monika Keiser Diaz, welche jeweils einen Tag in der Woche für das Magazin arbeitet. Diesem Bedürfnis wollen die beiden Mütter entgegenkommen. Die Besitzerin der Foodprojekte GmbH, Pascale Amrhein-Staub, ist im Hundertprozentpensum für den kreativen Prozess sowie die Fotografie der Gerichte zuständig. Monika Keiser kümmert sich um das Marketing und die Kommunikation.

Gemeinsam betreuen sie neben der kostenlosen App und Website auch diverse Social-Media-Plattformen wie Instagram, Facebook und Pinterest, auf welchen wöchentlich Zusatzrezepte erscheinen. Die kostenlose Applikation wurde inzwischen von über 15 000 kochbegeisterten Lesern heruntergeladen.

Zielpublikum ist eher übers Internet erreichbar

Pascale Amrhein-Staub ist leidenschaftliche Köchin, hat mit der Gründung der Firma Foodprojekte GmbH ihr Hobby zum Beruf gemacht und sich einen Traum erfüllt. Online wird das Magazin deshalb publiziert, weil eine gedruckte Version finanziell kaum tragbar sei. Ausserdem sei ihr Zielpublikum, das zwischen 25 und 45 Jahre alt ist, eher über das Internet und soziale Netzwerke erreichbar. Lanciert wurde das Magazin im letzten Jahr. So ist im Juli die erste Ausgabe von «Kids am Tisch» veröffentlicht worden. Die Rezepte dafür entstünden vor-

allem durch Ausprobieren und unterlagen dem ehrlichen und kritischen Urteil der eigenen Kinder, welche die neuen Rezepte jeweils voraus kosten dürften. «Pascale ist sehr kreativ und leidenschaftlich beim Kochen. Ausserdem recherchiert sie gerne über aktuelle Trends zum Thema Ernährung», weiss Keiser. Wichtig sei der Rezeptentwicklerin vor allem, dass saisonale und regionale Produkte verwendet würden. So gäbe es pro Ausgabe jeweils ein Saison Gemüse und eine Saisonfrucht. «Viele Junge sind dankbar für Hinweise, wann welches Gemüse oder welche Frucht Saison hat.» Und es sei ihr ein Anliegen, die Leserschaft wieder mehr dafür zu sensibilisieren.

Verschiedene Kategorien

Auf dem Wochenplan stehen sowohl fleischlose Gerichte, ein Menü mit Fisch wie auch Fleischgerichte. Man wolle so verschiedene Sparten abdecken und unterschiedliche Leser abholen. «Zusätzlich haben wir Kategorien wie beispielsweise «No-Food-Waste», «Fingerfood» oder «Gemüseverweigerer» kreiert», berichtet Keiser. Bei den Gemüseverweigerern handle es sich um die Kinder, die das Grünzeug lieber links liegen lassen würden. Daher gelte es, das Gemüse geschickt zu tarnen. Auch Fingerfood sei bei den jüngeren Kindern besonders beliebt, wie die Kommunikationsverantwortliche ausführt. In der Kategorie No-Food-Waste gebe es Tipps für Rezepte, bei welchen Reste verwertet werden könnten. «Unser Credo lautet: abwechslungsreich kochen und essen.» Und eben jene Vielfalt würde Essen für Kinder attraktiv machen – neben einigen anderen Kniffen, wie beispielsweise dem Aufkleben von Zuckeraugen auf Wienerli im Teig,



Immer neue Ideen: Die Gründerinnen von «Kids am Tisch», Monika Keiser Diaz (links) und Pascale Amrhein-Staub, tauschen sich aus. Bild: Stefan Kaiser (Neuheim, 6. November 2018)

wodurch dann sogenannte Wienerli-Mumien entstünden. Für eine einfachere Essensplanung werden unter anderem auch Wochenpläne mit Ideen für Gerichte geliefert. «So haben Eltern Inspiration, und die Kinder können sich auf eine vielfältige Menüplanung freuen», erklärt Keiser.

Ziel: Wirkungsbereich erweitern

Neben den Rezepten erscheinen im Onlinemagazin auch Kolumnen über Ernährung und Familie. Beispielsweise werden Rezepte von Foodbloggern wie beispielsweise Miss Broccoli, LouMalou oder Cookinesi oder Artikel von Mama-Bloggerinnen wie Mamas Unplugged veröffentlicht. «Wir publizieren ihre Rezepte und Artikel und können im Gegenzug von ihrem Wirkungsbereich profitieren», führt Keiser aus. Denn aktuell ist das Magazin noch ein Start-up-Unternehmen, welches durch Werbeflatzierungen auf der Website wie auch auf der App finanziert wird. Zusammengefasst hätten sie beispielsweise schon mit dem Obstverband, mit UrDinkel, Wernli-Guetzli oder Trisa. Es sei aber auch vorstellbar, mit Küchengeräteherstellern oder sonstigen zielgruppennahen Unternehmen Kooperationen einzugehen. «Das Betreiben der Website und der Social-Media-Kanäle ist aufwendig, und wir hoffen, künftig unsere Reichweite zu erhöhen, damit wir Anfragen für Werbeflatzierungen erhalten», berichtet Keiser. Die aktuelle Leserschaft stamme aus der Deutschschweiz, aber auch aus Deutschland und Österreich. Für die Zukunft wünscht sie sich: «Ziel ist, dass das Unternehmen wächst, sodass wir es künftig sogar ausbauen können.»

Vanessa Varisco
vanessa.varisco@zugerzeitung.ch