



Freiburger Jungunternehmer starten durch

Fünf Jungunternehmerteams wagen sich an die Herausforderungen der Geschäftswelt.

Im Rahmen ihrer Maturaarbeit haben Schülerinnen und Schüler von Freiburger Kollegien Mini-Unternehmen gegründet.

Mara Reidy

Freiburg Heisse Schokolade am Stiel in Form der Kathedrale oder doch lieber ein Glas selbst fermentierter Kombucha? Schülerinnen und Schüler aus den Freiburger Kollegien präsentierten am Donnerstag anlässlich einer Eröffnungsveranstaltung im Kollegium Gambach Projekte, die sie im Rahmen ihrer Maturaarbeit gegründet hatten. Die Projekte standen im Zeichen von Innovation, Nachhaltigkeit und Regionalität.

Unterstützt durch die nicht gewinnorientierte Organisation Young Enterprise Switzerland (YES) machen die Jungunternehmer wertvolle Praxiserfahrungen in allen Bereichen des Managements und der Betriebswirtschaft. Das YES-Company-Programm vermittelt ihnen ein realistisches Bild der Geschäftswelt – von der Produktentwicklung über Finanzfragen bis hin zum Vertrieb. Während eines Schuljahrs haben die Schülerinnen und Schüler somit die Gelegenheit, in die Rolle von Wirtschaftsleuten zu schlüpfen.

Nach einer kurzen Einleitung durch YES-Programm-Managerin Salome Savary und einem inspirierenden Vortrag des Unternehmers und grünen Nationalrats Gerhard Andrey folgten die eigentlichen Höhepunkte des Abends: die Präsentationen der Schülerunternehmen. Mit innovativen Ideen und viel Engagement stellte der Wirtschaftsnachwuchs seine Produkte vor und bot den Anwesen-

den anschliessend die Möglichkeit, durch Anteilscheine in sein Unternehmen zu investieren.

Trendgetränk Kombucha

Den Anfang der Präsentationen machte «Lominus». Das Unternehmen produziert zurzeit ein Kombucha-Getränk in zwei verschiedenen Geschmacksrichtungen. «Unser Unternehmen unterscheidet sich gegenüber anderen Kombucha-Herstellern vor allem im Vertrieb», stellt Firmenchef Noah Wyssbrod im Gespräch klar. Das Team von «Lominus» hat es sich zur Aufgabe gemacht, mit hausgemachtem Kombucha eine gesunde Alternative zu Softdrinks zu schaffen. Ein Getränk, das nicht nur frisch und innovativ ist, sondern auch über ein vielseitiges Vertriebskonzept eine breite Zielgruppe ansprechen soll.

Schokolade mit Stiel

Das Konzept der heissen Schokolade am Stiel ist zwar nichts eigentlich Neues, jedoch verleiht das Unternehmen «Chocodralait» der heissen Schokolade eine Freiburger Note. Die Schokolade am Stiel wird gemeinsam mit der Schokoladenmanufaktur Fleur de Cacao in der Altstadt produziert. Zukünftig soll sie die Form der Freiburger Kathedrale annehmen. «Mit dem Verfahren des 3D-Drucks konnten wir Formen für unsere Schokolade anfertigen lassen», erklärt CEO Alessio Straumann. Mit diesem Produkt möchten die Unternehmen das heime-

lige Gefühl einer Tasse heisse Schokolade mit der Regionalität Freiburgs verbinden.

Ein schwebender Kleiderbügel

Gekleidet in Fussballtrikots erschienen die Unternehmer der nächsten Gruppe auf der Bühne. Mit einem magnetischen Kleiderbügel möchte «Jernetic» das Aufhängen von Trikots vereinfachen. Sie können schwebend an der Wand befestigt werden. Mit diesem Produkt versprechen sich die Jungunternehmer vor allem Anklang bei sportbegeisterten, jungen Menschen.

Dieser magnetische Kleiderbügel ermöglicht eine wandhängende Präsentation ohne Haken und Nägel. «Mit «Jernetic» möchten wir vor allem junge Sportler ansprechen, die ihre Trikots stolz zur Schau stellen wollen», erklärte Alex Schaller von «Jernetic».

Marmelade nach Grosis Rezept

Auch das Mini-Unternehmen «Croixmelade» setzt mit seinem Produkt auf Regionalität. «Die Äpfel für unser Gelée stammen aus dem Garten meiner Grossmutter, noch regionaler geht es kaum», unterstreicht Gian Schmutz, Finanzchef von «Croixmelade». Das Apfel-Zimt-Gelée werde ganz nach Grossmutterns geheimem Rezept produziert. Mit seinem Gelée will «Croixmelade» auf die Vielfalt der Apfelsorten aufmerksam



machen. Das Ziel ist es, den Erhalt seltener Apfelsorten zu fördern, indem Pro Specie Rara mit Spenden aus dem Gewinn unterstützt wird.

Pasta trifft auf Ratatouille

Der Name von «Pâtatouille» schliesslich setzt sich aus dem französischen Begriff für Nudeln, «Pâtes», und Ratatouille zusammen. Die jungen Unternehmerinnen verarbeiten in ihren Nudeln getrocknetes Gemüse. Dieses und das verwendete Mehl stammen aus regionaler Produktion. «Wir verarbeiten Gemüse, welches Bauern aufgrund von optischen Mängeln nicht mehr in Läden verkaufen können», sagte Finanzchefin Celia Lüthi im Gespräch. Wegen der Saisonalität des verwendeten Gemüses werden je nach Jahreszeit unterschiedliche Pastasorten produziert.

Wer die kreativen Produkte selbst erleben möchte, hat die Möglichkeit, sie auf den regionalen Märkten in und um Freiburg zu entdecken.

«Die Äpfel für unser Gelée stammen aus dem Garten meiner Grossmutter, noch regionaler geht es kaum.»

Gian Schmutz

Finanzchef von Croixmelade



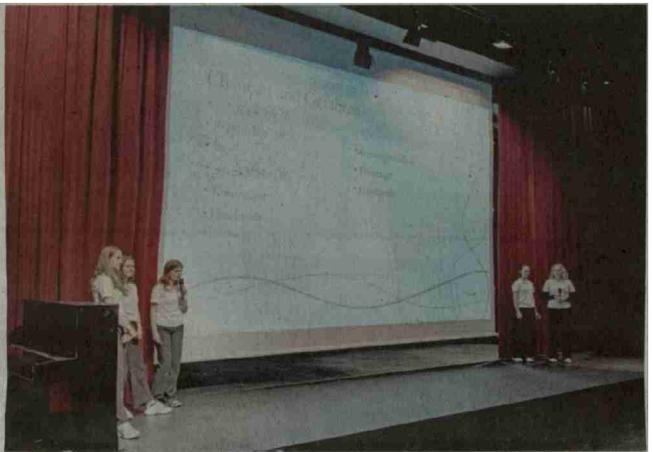
«Pâtatouille» verbindet «Pâtes» und regionales Gemüse.



«Jernetic» leistete höchsten sportlichen Einsatz. Bilder: Aldo Ellena



Auch mit einem gesunden Getränk könnte man einen grossen kommerziellen Erfolg erzielen.



Young Enterprise Switzerland verbindet mit dem Konzept der Mini-Unternehmen elegant Pädagogik und Spass.