

Im Kleinen Wirtschaftsrealität erleben

Schaffhauser Kantischüler gründen im Rahmen des YES-Projektwettbewerbs vier Minifirmen und versuchen, ihre Produkte auf den Markt zu bringen – ein nicht immer ganz unproblematisches Unterfangen.

Louise Ann Roos

SCHAFFHAUSEN. Wieder auffüllbare Deodorants, regionale Zimt-Apfel-Müsli, nachhaltig produzierte T-Shirts und ein Salatdressing nach Grossmutter Art: Bei der Gründungsversammlung am Freitagabend stellten sich vier Miniunternehmen an der Kantonsschule Schaffhausen vor und erklärten ihre Produkte. Zudem durften sich Interessierte am jeweiligen Startkapital mitbeteiligen. «Fast wie bei richtigen Firmen», sagt Wirtschaftslehrer Urs Saxer. Aber nur fast. Denn die Unternehmer sind nicht etwa Wirtschaftsgelehrte, sondern Schüler der Kantonsschule Schaffhausen mit Schwerpunkt Wirtschaft und Recht. Insgesamt nahmen 200 Schülerunternehmen am schweizweiten Projektwettbewerb «Young Enterprise Switzerland» (YES) teil. Ein Unternehmen gründen, führen, zusammen leiten, Waren oder Dienstleistungen verkaufen – «und hoffentlich nicht Konkurs gehen», sagt Saxer – so lautet die Aufgabe. Derart praxisorientiert den Unterricht zu gestalten, sei ungewöhnlich. «Auf diese Weise tauchen die Schüler hautnah in die Wirtschaftswelt ein», sagt Saxer, der zum zweiten Mal mit einer Wirtschaftsklasse am YES-Wettbewerb teilnimmt.

Nachhaltigkeit über alles, heisst es bei einem der Miniunternehmen – «Organic Intelligence». Klimaschutz sei wohl jedem ein Begriff, sagt CEO Felix Lorenz. «Und immer noch wird zu wenig getan – dabei helfen schon kleine Gesten.» Beispielsweise mit dem Kauf nachhaltig produzier-

ter T-Shirts. Schon lang sind die prekären Arbeitsbedingungen gewisser Hersteller bekannt. «Wissen Sie, woher Ihre Kleidung kommt?», fragt CPO Emil Peter in die Runde. «Organic Intelligence» will dem entgegenwirken. Ihr T-Shirt-Lieferant «Marzipan» aus Bern engagiert sich für Fairtrade und wurde mit mehreren Labels ausgezeichnet. «Marzipan ist so grün, dass es nicht einmal einen gedruckten Katalog hat», so Peter.

Auch mit den Aufdrucken möchte das Unternehmen Zeichen setzen. Die drei Prototypen stammen von Mitschüler Dimitri Oechslin. Eine der Schablonen zeigt ein Skelett, aus dessen Hand eine Pflanze wächst. «So wollen wir den Klimawandel verbildlichen und zu Diskussionen anregen», sagt CFO Jan Hohermuth. Die Zeichnungen drucken die Mitarbeiter selbst, mithilfe einer Siebdruckmaschine. Die T-Shirts sollen auf Messen, Märkten und Onlineshops verkauft werden. «Für mich ist es mehr als ein Projekt, das in einem Jahr passé ist», sagt Lorenz.

Notlage macht kreativ

Es sei nicht immer einfach, ein Unternehmen auf die Beine zu stellen, sagt Lorenz. «Ursprünglich wollten wir das «Kantibräu» revolutionieren.» Alkoholische Getränke sind jedoch nicht erlaubt. Eine missliche Lage, die frisch gegründete Firma stand vor dem Nichts. «Dass aus einer Notlage etwas so Spezielles entsteht, hatte ich mir nicht erhofft», so Lorenz.

Ähnliches erlebte das Miniunternehmen «Granny's homemade Dressing». Erst ver-



gangene Woche mussten sie das geplante Projekt «wasserdichte Turnbeutel» abblasen. Regionale Produktionsstätten haben so vor Weihnachten keine Zeit mehr, neue Aufträge anzunehmen, sehr rasch musste eine andere Idee her. «Nach einigen Diskussionen haben wir uns dazu entschlossen, Salatsossen herzustellen», sagt CEO Marc Amsler. «Wir sind ganz schön im Hintertreffen», sagt er, «aber das Produkt soll es noch auf den Schaffhauser Weihnachtsmarkt schaffen.» Auch die Firma «Reodo-

rante» wird ihre wieder auffüllbaren Deos in verschiedenen Geschmacksrichtungen am Weihnachtsmarkt präsentieren. Und «Bowly», das vierte Unternehmen, plant, ein Müsliunternehmen zu starten. «Morgens, mittags, abends – Müsli geht immer!», sagt Firmenchef Jea-Min Ha.

Wie sich die vier Firmen im Wettbewerb schlagen werden, wird sich zeigen. «Ein erfolgreiches Projekt zu erschaffen ist toll, die persönlichen Erfahrungen dabei sind mir aber besonders wichtig», sagt Ha.

Die «Organic Intelligence»-Mitarbeiter (v. l.): Felix Lorenz, Jan Hohermuth, Finn Van Belle und Emil Peter mit einem nachhaltig produzierten, noch unbedruckten T-Shirt.

BILD LOUISE ANN ROOS

Anzeige

www.coop.ch

Frisch in Aktion!

5.11.–9.11.2019 solange Vorrat



WOCHEN-KNALLER

50%
3.45
statt 6.90

 Clementinen, Spanien, Netz à 2 kg (1 kg = 1.73)



1+1

4.95
statt 9.90

  Coop Primagusto Kartoffeln Celtiane, Schweiz, 2 x 1,5 kg (1 kg = 1.65)



WOCHEN-KNALLER

1+1

4.75
statt 9.50

 Coop Poulet, Schweiz, in Selbstbedienung, 2 x ca. 850 g, per kg



WOCHEN-KNALLER

Superpreis

9.95

 Coop Naturfarm Schweins-Cordon-bleu vom Hals, Schweiz, in Selbstbedienung, 4 Stück, 650 g (100 g = 1.53)



1+1

9.95
statt 19.90

 Coop Raclette Nature, Scheiben, 2 x 440 g, Duo (100 g = 1.13)



2+1

11.60
statt 17.40

 Dr. Oetker Pizza Ristorante Prosciutto, tiefgekühlt, 3 x 330 g, Trio (100 g = 1.17)



50%

35.85
statt 71.70

 Salice Salentino DOC Riserva Vecchia Torre 2013, 6 x 75 cl (10 cl = -.80)

WTD 8/11/19  Diese Aktionen und über 17'000 weitere Produkte erhalten Sie auch online unter www.coopathome.ch

¹ Erhältlich in grösseren Coop Supermärkten
Jahrgangsänderungen vorbehalten. Coop verkauft keinen Alkohol an Jugendliche unter 18 Jahren.

 **Für mich und dich.**