



Seife mit Kaffeezusatz gegen Knoblauchgeruch

Die **Young Enterprise Switzerland** veranstaltet vom 7. bis 12. März die Handelsmesse Zentralschweiz im Einkaufszentrum Metalli in Zug. Eines der dort präsenten Mini-Unternehmen heisst Coffeeling.



Sechs Schüler der Kantonsschule Zug haben das Mini-Unternehmen Coffeeling gegründet. Sie verkaufen Kosmetika mit Kaffeeanteil. Im Bild von links: Andrin Seiler, Fausto Iten, Joel Hodel, Linus Bürgi, Dominic Seiler und Alex Steinmann. Bild: Stefan Kaiser (Zug, 24. Februar 2022)

Cornelia Bisch

Sie sind zu sechst, alle männlich, 17 Jahre alt, und sie produzieren Kosmetika. «Diese Kombination fanden wir irgendwie originell», sagt Dominic Seiler lachend. Die Produkte der Kantonsschüler unterscheiden sich jedoch in einem Punkt deutlich von marktüblichen Kosmetika: Hauptbestandteil ihrer parfümfreien Handseife, des Körperscrubs und des Gesichtspeelings ist Kaffee. «Das Kaffeepeeling kenne ich von meinen beiden Schwestern.»

Sie würden so etwas manchmal anwenden. «Neben dem Peelingeffekt des grob gemahlten Kaffees regt das darin enthaltene Koffein auch die Durchblutung an», weiss der Gymnasiast. Ausserdem wirke Kaffee neutralisierend auf starke Gerüche. Ein Selbstversuch mit der oft noch tagelang nach dem Kleinschneiden an den Fingern haftenden Duftnote Knoblauch zeigt: Die Seife ist ein durchschlagender Erfolg.

Natürlich und

ökologisch

Mit der Entwicklung und Produktion dieser drei Produkte gründeten die Klassenkameraden der 5h an der Kanti Zug, Fachrichtung Wirtschaft, Fausto Iten, Dominic Seiler, Alex Steinmann, Linus Bürgi, Joel Hodel und Andrin Seiler ein Mini-Unternehmen mit dem Namen Coffeeling. Sie wurden dabei unterstützt von der **Young Enterprise Switzerland (YES)**, welche im Rahmen einer Ausstellung an verschie-



denen Standorten der Zentralschweiz sämtliche diesjährige Mini-Unternehmen präsentiert. In Zug findet die Ausstellung vom 7. bis 12. März in der Einkaufs-Allee Metalli statt. Die sechs «Kosmetiker» von Coffeeling und ihre drei Kaffeeprodukte sind am Freitag, 11. März, anzutreffen.

«Ziel war es, ein Produkt zu entwickeln, das sich von der Masse abhebt und hinter dem wir alle stehen können», erklärt Fausto Iten. Dies hätten die frischgebackenen Unternehmer mit einer ökologischen Produktion sowie Rezepturen erreicht, die sich ausschliesslich aus natürlichen Zutaten zusammensetzen. «Scrub und Peeling bestehen aus Rohrzucker, Kokos- und Mandelöl sowie gemahlenem Kaffee, die Handseifen aus einem Glycerin-Basisblock, den wir zukaufen, sowie ebenfalls aus Kaffee, Kokos- und Mandelöl.» Mit Duftölen hätten sie zwar experimentiert: «Das schien uns aber dem Konzept der natürlichen Zutaten zu widersprechen. Ausserdem können Duftöle Hautreizungen verursachen.»

Dass trotz des hohen Kaffeeanteils keines der Produkte nach der Anwendung seinen Duft auf der Haut zurücklässt, überraschte die Produzenten selbst.

Zusammenarbeit mit Rösterei

Die Hauptzutat, die Kaffeebohnen, erhalten die Tüftler von der Rösterei Stocker in Cham. «Beim Einstellen der Röstmaschinen fällt anfangs immer eine bestimmte Menge Kaffeebohnen weg, die nicht mehr verwendet

werden können. Diese bekommen wir für unsere Kosmetikproduktion», erzählt Dominic Seiler. Aber was tun mit ganzen Kaffeebohnen? «Wir mussten eine Mühle anschaffen, mit der wir die Bohnen im gewünschten Feinheitsgrad mahlen konnten.» Das bedeutete Kosten und damit Risiken. Ein detaillierter Businessplan wurde erstellt, das nötige Kapital mit der Ausgabe von Partizipationsscheinen beschafft, die im kommenden Frühling mit etwas Gewinn zurückerstattet werden. Das unternehmerische Risiko des einjährigen Projekts tragen die jungen Männer selbst.

Verschiedene Talente – verschiedene Positionen

Zu sechst unternehmerisch tätig zu sein habe den Vorteil, dass jeder seine besonderen Talente und Fähigkeiten einbringen könne, stellt Seiler fest. Fausto Iten etwa habe die Position des CEO inne. «Ich bin für den Internetauftritt zuständig», berichtet Seiler. Das Logo – eine Kaffeebohne mit menschlichem Profil – habe Alex Steinmann entworfen. Auf den Namen des Mini-Unternehmens – eine Wortzusammensetzung aus den Begriffen «Coffee» und «Feeling» – seien sie ganz zu Beginn bei der gemeinsamen Ideensuche gekommen. Seiler nennt aber auch Nachteile einer grossen Gruppe: «Diskussion führen zwar oft zu guten Ergebnissen, ufern aber manchmal etwas aus und nehmen viel Zeit in Anspruch.»

Das Zeitmanagement sei überhaupt eine grosse Herausforderung. «Die Herstellung der

Produkte, die jeweils bei einem von uns zu Hause in der Küche stattfindet, ist eigentlich nicht kompliziert», so Iten. «Aber die einzelnen Portionen in Einmachgläser abzufüllen, diese sauber abzuwischen und zu etikettieren, ist schliesslich doch ziemlich aufwendig.» Dies nicht zuletzt, weil die Hygienevorschriften genau eingehalten werden müssten, um die Haltbarkeit der Produkte zu gewährleisten. Die entsprechenden gesetzlichen Vorgaben habe ihnen **YES** vermittelt. «Eine möglich Komplikation bei solch frisch hergestellten Produkten ohne Konservierungsstoffe ist die Schimmelbildung.» Dank ihrer sorgfältigen Arbeitsweise werde diese verhindert.

Der Renner ist die Seife

Auch die Logistik stellt die Jugendlichen manchmal vor Probleme. Sie sind meist auf jemanden angewiesen, der Zutaten und Mühle von einem zum nächsten Produktionsstandort transportiert und die fertigen Produkte zu den Marktständen fährt. Denn die Kaffee-Kosmetika sind bereits an mehreren Weihnachts- und anderen Märkten sowie online über die Webseite www.coffeeling.ch erfolgreich verkauft worden. «Vor allem am Steinhauser Weihnachtsmarkt hatten wir einen grossen Absatz, wobei die Seife am besten lief», freut sich Dominic Seiler. Beworben werden die Produkte über Instagram, Flyeraktionen und Mund-zu-Mund-Propaganda.

Abzuschätzen, wie stark der Absatz sein würde, sei vor allem



zu Beginn schwierig gewesen.
«Wir produzieren nicht auf Vorrat, sondern immer direkt auf einen Marktauftritt hin.» Zirka 700 bis 800 Franken Reingewinn haben die Jungs bisher erzielt. Ein schöner Erfolg.

«Aber das ist nicht das Entscheidende, sondern die Erfahrungen, die wir dabei gemacht haben», sind sich alle einig. «Es war anstrengend, zeitaufwendig, aber auch sehr cool.»

Hinweis

Weitere Informationen unter www.yes.swiss.