

Das Kollegium gründet drei neue innovative Jungunternehmen

Wie jedes Jahr gibt es im Kollegium Spiritus Sanctus Brig für Schüler die Möglichkeit, ein «YES-Projekt» zu machen. Auch dieses Jahr haben drei Schülergruppen des Kollegiums Brig ihre eigenen Miniunternehmen gegründet. Sie verfolgen hierbei genaue Ziele.



Jean-Lucien Bumann (links) und Janis Cina, beide als CPO von Apricino.



Sophia Perren (links) als CPO und Sienna Schnyder als CFO von Resnack.



Jonas Margelist (links) als CPO und Lukas Kronig als CMO von Amprennu.

Bilder: pomona.media

Robert Heinzen

Im Rahmen der «Company Programme» der Organisation «Young Enterprise Switzerland», kurz YES, haben drei Schülergruppen des Kollegiums Spiritus Sanctus in Brig ihr eigenes Unternehmen gegründet. Bei den YES-Projekten gründen Schüler im Alter zwischen 16 und 20 Jahren ein Miniunternehmen und lernen während eines Schuljahres, wie es ist, eine Unternehmerin oder ein Unternehmer zu sein.

Mit den Projekten können die Schüler im Grundmodul des Company Programms «Competition» teilnehmen. Im Modul Competition haben die Jungunternehmen die Möglichkeit, sich an einem ausserschulischen Wettbewerb mit anderen Projekten zu messen.

Regionale Innovationen

Das Kollegium konnte dieses Jahr drei motivierte Gruppen aus dem vierten Jahr finden, welche als Schwerpunkt-fach Wirtschaft haben. Die drei Jungunternehmen Apricino, Amprennu und Resnack stellen jeweils Produkte her, welche aus der Region stammen.

Das Team von Apricino setzt sich aus Sarina Schmidhalter als CEO (Chief Executive Officer), Anjeza Sadiki als CMO (Chief Marketing Officer), Joshua Steiner als CTO und CAO (Chief Technology Officer und Chief Administrative Officer), Enzo Roten als CFO (Chief Financial Officer) sowie Janis Cina und Jean-Lucien Bumann als CPO (Chief Product Officers) zusammen.

Apricino stellt ein Getränk aus regionalen Aprikosen und Äpfeln her. Die Grundidee war, ein Produkt herzustellen, welches das Wallis repräsentiert und zugleich nachhaltig ist. So habe sich die Gruppe entschieden, Aprikosenschorle zu produzieren. «Bei der Herstellung des Produktes merkten wir, dass der Apfel dem Getränk eine gute Säure gibt. Somit haben wir uns entschieden, eine Art Aprikosen-Apfelschorle herzustellen», sagt Cina. Das Produkt von Apricino ist zwar noch nicht erhältlich, aber es bietet sich die Möglichkeit, das Getränk vorzubestellen.

Die Gruppe um das Unternehmen Resnack setzt sich aus Jana Kohlbrenner als CEO und CAO, Sophia Perren als CPO, Sienna Schnyder als CFO, Sienna Arnold als CMO und Ni-

na Kammer als CTO zusammen. Resnack produziert Gemüseschips aus überschüssigem Gemüse, was bedeutet, dass Gemüse, welches die Bauern sonst wegwerfen würden, Resnack zur Verfügung steht. Schnyder sagt, dass die Idee ziemlich spontan entstand. «Als wir an einem Filmabend Lust auf Chips bekamen, haben wir uns gedacht, wie es wäre, wenn wir unsere eigenen Chips herstellen würden.» Laut Schnyder war das Ziel, auf ein regionales und saisonales Produkt zu setzen. Resnack erhält zweiklassiges Gemüse von einem Biohof, welches sonst entsorgt werden müsste. Die Karotten, Süsskartoffeln, Pastinaken und Randen werden zuerst im Biohof abgeholt und danach in einer Backstube zu Chips verarbeitet. Perren sagt, dass die Gruppe am YES-

Wettbewerb ein gutes Resultat erzielen will.

Die Gruppe Amprennu produziert im Gegensatz zu den anderen Gruppen kein Nahrungsmittel. Das Team, welches sich aus Jonas Margelist als CPO, Lukas Kronig als CMO, Joy Rieder als CAO, Yves Mounir als CEO, Jonas Burgener als CPO, Mauri Hock als CTO und Riccardo Ritz als CFO zusammensetzt, stellt Duftkerzen her. Amprennu erhält leere Weinflaschen von Kellereien, welche dann halbiert werden. In den unteren Teil der leeren Weinflaschen wird eine Kerze aus Bienenwachs gegossen. Kronig sagt, dass es für das Team wichtig sei, ein nachhaltiges Produkt herzustellen. Die Schüler haben sich deshalb dazu entschieden, alte Weinflaschen und recycelten Bienenwachs wiederzuverwenden. Das

Ziel der Gruppe ist es, an der YES-Competition in Bern unter die Top 75 zu kommen.

Von der Schule auf die Bühne

Die nächsten Schritte der drei Jungunternehmen sind klar – sie präsentieren an den Oberwalliser Weihnachtsmärkten wie etwa in Naters und Brig ihre Unternehmen und die Produkte. Weiter geht es dann im Februar, wenn die Projekte an der Pitch Competition in Bern mit anderen Projekten aus der ganzen Schweiz präsentiert werden.

In den letzten Jahren gab es immer wieder Projekte des Briger Kollegiums, die gut abgeschlossen haben. Das wohl bekannteste ist das Erfrischungsgetränk «Spa-rana», welches auch heute noch, rund sieben Jahre später, an verschiedenen Orten im Oberwallis verkauft wird.

Unternehmen mit Walliser Wurzeln hat internationalen Erfolg

Das Unternehmen Swiss Diamond hat seinen Ursprung in Siders. Mit Kochgeschirr wurde es auf dem internationalen Markt erfolgreich.

Robert Heinzen

Die Schweiz ist besonders für bestimmte Produkte international bekannt. Etwa, wenn es um Uhren oder Schweizer Sackmesser geht. Doch auch ein Walliser Unternehmen hat mit seinem Kochgeschirr den Sprung in den internationalen Markt geschafft.

1974 wurde in Siders das Unternehmen Swiss Diamond gegründet. Zuerst war Swiss Diamond ein wissenschaftliches Forschungsunternehmen, welches neue Materialien und Oberflächenbeschichtungen für Pfannen erforschte. Mittlerweile stellt es Pfannen aller Art her. Im Laufe der Forschungen erkannte das Forschungsteam, dass fein verarbeitete Diamanten potenzielle

Vorteile mit sich bringen, wenn es darum geht, auf extreme Härte und Wärmeleitfähigkeit zu setzen.

Durch die entwickelte Antihaftbeschichtung bekam Swiss Diamond internationale Anerkennung. So gewann es etwa an der internationalen Erfinderausstellung in Genf eine Goldmedaille. Swiss Diamond führte ihr Kochgeschirr Anfang der 2000er-Jahre in den amerikanischen und australischen Markt ein.

Ami Toren ist seit 15 Jahren Geschäftsführer von Swiss Diamond. Das Schweizer Qualitätsniveau ist ein weltweites Phänomen und die Uhrenindustrie habe, laut Toren, hierfür den Grundstein gelegt. Das verpflichte einen als Unternehmen, bei den Kunden ebenfalls die



Swiss Diamond ist für ihre Pfannen aller Art bekannt.

Bild: zvz

Zufriedenheit mit dem Produkt sicherzustellen.

Unter anderem stellt das Unternehmen Woks her. Woks

sind traditionelle, abgerundete Pfannen aus dem südostasiatischen Bereich, welche zum Braten, Schmoren oder Frittieren

von Gerichten verwendet werden. Wie kann es also sein, dass ein Walliser Unternehmen ein Produkt mit Erfolg nach Asien liefert, obwohl das gelieferte Produkt genau dort seinen Ursprung hat?

Toren sagt, dass auch hier die Schweizer Qualität eine grosse Rolle spielen würde. Doch auch wenn der asiatische Markt eine entscheidende Rolle beim Verkauf einnimmt, verkauft Swiss Diamond einen grossen Teil ihres Sortiments auf dem US-amerikanischen Markt.

Der US-Markt macht, so Ami Toren, rund 40 Prozent der gesamten Lieferungen von Swiss Diamond aus. Durch die Zölle der Trump-Regierung ist dies jedoch aufgrund der hohen Kosten nicht mehr möglich. Mit dem 39-prozentigen Zoll

auf alles, was in der Schweiz hergestellt wird, sowie den zusätzlichen 50 Prozent der Abgaben auf den Metallanteil des Kochgeschirrs stiegen laut Toren die Einstandskosten von 3,9 auf 45 Prozent. «Dadurch wurden unsere Produkte unverkäuflich. Deshalb stellte unser US-Kunde den Import unserer Produkte vollkommen ein und verkaufte nur noch aus dem lokalen Bestand.» Obwohl gemäss der US-Regierung eine Einigung auf 15 Prozent Zölle erzielt wurde, ist diese noch nicht in Kraft getreten.

Doch auch wenn das einst kleine Walliser Unternehmen durch die aktuelle Zollpolitik nicht mehr nach Amerika exportieren kann, hat es den Sprung in den internationalen Markt geschafft.