

Bildung | Im Rahmen vom YES-Projekt entstehen am Briger Kollegium zwei ambitionierte Firmen

# Junge Unternehmer mit Elan

**BRIG-GLIS | Anstatt eine Maturaarbeit zu schreiben, ein eigenes Produkt entwickeln und eine Karriere als Jungunternehmer starten. Diesen Schritt wagten am Briger Kollegium zwei Projekt-Gruppen. Die beiden Jungunternehmen «Regiovita» und «IschÄtee» setzen vor allem auf vitale und regionale Produkte.**

MATHIAS GOTTET

«Sie investieren nicht nur in die Rendite, sondern auch in die Bildung.» Mit diesen Worten begrüsst

der Wirtschaftslehrer Daniel Margelist die Investoren bei der Eröffnungsveranstaltung der diesjährigen Firmengründungen. Margelist streicht die Vorteile der Jungunternehmungen heraus: «Die YES-Projekte sind ein Brückenschlag von der Schule in die Praxis.» Die Nachwuchs-Manager legen viel Engagement und Enthusiasmus an den Tag und sind stolz auf ihre Produkte. Egal ob Marketing, Budgetplanung, Produktion oder Kommunikation – jedes Mitglied ist verantwortlich für einen spezifischen Bereich. Wichtig sei ihnen vor allem, ihr theoretisches Wissen endlich in die Praxis umsetzen zu können, um erste unternehmerische Erfahrungen zu sammeln.



«Regiovita». Schmackhafte Trockenfrüchte aus dem Wallis. Von links: Dominic Vomsattel, Jasmine Ritz, Sebastian Studer, Larissa Mathier, David Mutter und Enja Sterren.

FOTOS WB



«IschÄtee». Mit selbst gebrühtem Eistee und viel Engagement wollen Sarah Bregy, Noëlle Mathieu, Simone Müller, Joël Steiner, Marie Aymon und Melanie Arnold (von links) das Wallis überzeugen.

## Mit welcher Begründung habt ihr euch für die Gründung einer Jungunternehmung entschieden?

«Die älteren Schüler, die die Erfahrung einer Unternehmensgründung schon gemacht haben, haben alle von diesem YES-Projekt geschwärmt. Man lernt in diesem Jahr sehr viel Praktisches, was man im späteren Berufsleben gebrauchen kann.»

«Im 4. Kollegiumsjaar erhalten wir die Möglichkeit, als Maturaarbeit eine Jungunternehmung zu gründen. Dies sahen wir als Chance, unser theoretisches Wissen in die Praxis umzusetzen. Unser Interesse war gross, neue Erfahrungen in der realen Wirtschaftswelt zu sammeln.»

## Wie ist die Idee zu eurem Produkt entstanden?

«Da uns das Wallis viele Früchte bietet, die aber nicht lange haltbar sind, haben wir uns überlegt, wie wir diese Früchte lagerfähig machen können und sie dadurch das ganze Jahr vermarktbar werden. So kamen wir auf die Idee, die Walliser Früchte zu trocknen. Bis anhin wurden fast keine Walliser Früchte gemäss unserer Strategie hergestellt und in der ganzen Schweiz vermarktet. Wir möchten unsere Walliser Früchte werthaltiger verkaufen und so neben dem Verkauf der getrockneten Früchte die Kunden für das Wallis begeistern.»

«Ein wichtiger Punkt in unserer Produktfindungsphase war es, etwas herzustellen, was uns einen Mehrwert gibt und den Konsumenten geniessen lässt. Es gibt viele Eistees auf dem Markt, jedoch bietet keiner, was unserer bietet: selbst hergestellt, ohne Farb- und Konservierungsstoffe und frei von Kristallzucker. Es war uns wichtig, etwas herzustellen, womit wir uns identifizieren können und einen Bezug dazu haben. Dadurch, dass wir den Eistee selbst herstellen, kennen wir jedes kleinste Detail unseres Produkts und können voll und ganz dahinterstehen.»

## Welches Charakteristikum könnte euer Produkt mit einem Schweizer Award liebäugeln lassen?

«Immer mehr Menschen wollen sich gesund ernähren. Die Leute wünschen sich biologische Produkte aus regionaler Produktion. Das zeichnet auch unsere Produkte aus. Sie eignen sich perfekt als gesunder Snack für die Pause oder für unterwegs. Mit Trockenfrüchten tankt man viel Vitamine und Energie für den ganzen Tag. Wir verarbeiten nur saisonale Früchte aus dem Wallis und achten sehr auf Qualität und Hygiene bei unserer Produktion.»

«Uns war es von Anfang an wichtig, dass unser Produkt gesund sein soll sowie frei von künstlichen Farb- und Konservierungsstoffen ist. Unser Eistee besteht zu 100 Prozent aus natürlichen Zutaten. Er strahlt Gesundheit aus und bietet ein vollkommen neues Geschmackserlebnis, welches mit keinem anderen Eistee auf dem Markt vergleichbar ist. Somit hoffen wir auf den Award «Bester Schweizer Eistee».»

## Wie beschreibt ihr die Philosophie in eurer Unternehmung?

«In unserer Unternehmung herrscht eine Philosophie der Vertraulichkeit und Kollegialität. Als sechs ebenbürtige Jungunternehmerinnen und Jungunternehmer wollen wir gemeinsam mit unserem Produkt den Kunden eine Freude bereiten. Wir sind ein junges, dynamisches Team und voller Elan für zukünftige Herausforderungen.»

«Wir sind sechs junge Leute, die motiviert und lebensfreudig sind. Wir freuen uns auf ein gemeinsames Jahr, in dem wir versuchen, viele Erfahrungen zu sammeln und unser Herzblut in die Unternehmung zu stecken. Der Teamgeist bleibt bei uns nicht auf der Strecke. Ein wichtiger Baustein zu unserer Unternehmensphilosophie ist die Innovation. Wir wollen am Ball bleiben, denn neue gesunde Produkte ohne Zusatzstoffe sind heute gefragter denn je. Durch jedes verkaufte Produkt werden wir verantwortungsbewusster und reifen somit als Unternehmung und als Mensch.»

## Was schätzt ihr an der unternehmerischen Tätigkeit?

«Die Gründung einer solchen YES-Unternehmung ist sehr realitätsnah, wir können viel lernen, was uns in unserem späteren Berufsleben hoffentlich weiterhilft. Uns gefällt, dass wir in einem Team arbeiten können und so jeder die Tätigkeit erledigen kann, in der er seine Stärken besitzt.»

«Es ist sehr interessant zu sehen, wie viele Faktoren zusammenspielen müssen, damit alles reibungslos klappt. Wir werden vor neue Herausforderungen gestellt, die wir so gut wie möglich zu meistern versuchen. Unser theoretisches Wissen, das wir in der Schule gelernt haben, können wir nun umsetzen. Nun handhaben wir mit echten Ressourcen, dies ermöglicht uns einen Blick in das reale Wirtschaftsleben.»

## Was waren die bisher strittigsten Punkte? Was hat für den meisten Gesprächsstoff gesorgt?

«Wir hatten einige Diskussionen darüber, wie unsere Unternehmung heissen soll. Auch über die Art von Verschluss und den Preis unseres Produktes haben wir uns angeregt unterhalten. Aber diese Diskussionen sind stets friedlich verlaufen.»

«Es gab schon einige Diskussionen in unserer Unternehmung. Wir waren uns lange nicht einig, wie wir unser Logo gestalten sollten. Auch über das Design der Flaschen waren wir uns längere Zeit unentschieden. Man lernt, aneinander Kritik auszuüben und mit dieser umzugehen. Das ist nicht nur für unsere Unternehmung wichtig, sondern etwas, was wir für unser Leben brauchen können.»