

Vom Powerriegel bis zum Luxuskissen

Schülerinnen und Schüler der Kantonsschule Baden stellten ihr eigenes Unternehmen auf die Beine und verkauften ihre Produkte im Tägipark.

ADRIAN VONLANTHEN

Ein Jahr lang arbeiteten 25 Gruppen der Kantonsschule an ihrem Abschlussprojekt. Die Aktion der Kantonsschule in Zusammenarbeit mit der Non-Profit-Organisation «Young Enterprise Switzerland» (YES) zielte darauf ab, den Unternehmergeist in den Schülerinnen und Schülern zu wecken. Jede Gruppe hatte die Aufgabe, ihr eigenes Unternehmen auf die

Beine zu stellen und ein Produkt auf den Markt zu bringen, das Profit abwirft oder zumindest den Break-even erreicht, also die Kosten der Produktion und anderen Aufwendungen deckt. Die Auswahl der verschiedenen Ideen könnte vielseitiger kaum sein und reicht von hochwertigen Kissen im Alcantarastoff bis zu Beef Jerky, also getrocknetem Rindfleisch in verschiedenen Geschmacksrichtungen.

Powerriegel für Sportler

Die Unternehmergruppe «Swiss All Natural» setzte auf einen veganen Powerriegel, dessen Zutaten sie selber zusammengestellt hatten. Für die Produktion durften sie die Räumlichkeiten und Gerätschaften der Bäckerei

Spitzbueb in Dättwil beanspruchen. «Unser Riegel wurde ausschliesslich mit Rohstoffen aus der Schweiz produziert und ist frei von jeglichen chemischen Zusatzstoffen», erklärt Elias Acquisto am Verkaufstand. Für die sechsköpfige Männergruppe ist das Konzept voll aufgegangen. An verschiedenen Verkaufsaktionen haben sie gesamthaft über 500 der Powerriegel verkauft. Am vergangenen Wochenende durften die Jugendlichen der Kantonsschule ihre Produkte im Tägipark in Wettingen zum Verkauf anbieten.

Weitere Informationen zur Aktion und zu den Produkten der Gruppen unter: www.kanti-baden.ch/yes-unternehmen



Elias Acquisto und Dennis Bison von der «Swiss All Natural»

BILDER:



Younes Asadi (Kimney; CFO): «Unseren Bio-Honig haben wir aus Serbien importiert und mit Nüssen angereichert. Er ist sehr beliebt, innerhalb von zweier Stunden haben wir hier im Tägipark 27 Gläser von unserem Honig verkauft.»



Andrea Puljic (Pillowtalk; Marketing): «Wir wollten ein Produkt kreieren, das es auf dem Markt noch nicht gibt. Die Kissen aus Alcantarastoff sind mit einem flauschigen Pompon ausgestattet, der den aktuellen Trend aufnimmt.»



Nils Joho (Tawitkobeeff; Marketing): «Wir verkaufen neben dem klassischen Beef Jerky, das mit Salz und Pfeffer gewürzt ist, auch solches mit Chili- und Sojageschmack. Das Fleisch wird von einem regionalen Metzger verarbeitet.»



Emel Zouaoui (Charge 'n' Travel; CEO): «Unser Necessaire ist mit einer mobilen Ladestation ausgestattet, die 7 bis 10 Handyladungen ermöglicht. Eine Schneiderin aus Baden hat die 15 Exemplare fabriziert und wir konnten bereits einige verkaufen.»



Micha Trost (Teacraft; CEO): «Wir wollten die Crème de la Crème des Tees sein und haben unsere Teesorten in Themenboxen kombiniert. Persönlich konnte ich durch die Arbeit als CEO viele Erfahrungen in unterschiedlichen Bereichen sammeln.»