

«Eigentlich sind wir zu erfolgreich»

Baden Kantischüler brachten eigene Produkte auf den Markt. Manche sind schon sehr erfolgreich unterwegs.

VON SARAH KUNZ (TEXT UND FOTO)

BeeStrong, AnimaVestra, Let's Jam oder Sweetboom. Das sind nicht etwa neue Hausprodukte von Migros oder Coop, sondern die Namen der Mini-Unternehmen von Badener Wirtschaftsmittelschülern. Diese konnten im Rahmen des Jungunternehmerprogramms von Young Enterprise Switzerland (YES) während eines Jahres jeweils drei Lektionen pro Woche in ihre Unternehmen investieren. Dazu gehörte aber nicht nur das Entwickeln eines eigenen Produkts, sondern auch das Aushecken eines Businessplans, das Erstellen eines Marketingberichts sowie das Schreiben eines Geschäftsberichts.

Bereits seit Montag konnten Besucher des Wettinger Tägiparks die Endprodukte der zwölf Mini-Unternehmen bestaunen. Seit Donnerstag können die Konfitüren, Kekse, Pralinen oder Kleidungsstücke auch gekauft werden. Die Kantischüler sind noch bis Samstag, 18 Uhr, vor Ort, um ihre eigenen Kreationen anzupreisen und den Interessenten Red und Antwort zu stehen.

«Fast alle haben es unterschätzt»

«Die drei Lektionen pro Woche haben nirgends hingereicht», sagt John Imonopi lachend. «Wir haben den grössten Teil der Arbeit in unserer Freizeit erledigt.» Der 16-Jährige ist Chef des Unternehmens AnimaVestra. Die erste Kollektion der Streetwear-Klei-



Zwei Jungunternehmer im Gespräch: Sirio Crippa von BeeStrong (l.) und John Imonopi von AnimaVestra im Tägipark.

dung ist bereits ausverkauft. Nun stellen die fünf Modebegeisterten ihre zweite Kollektion, bestehend aus Kapuzenpullovern und Caps, vor. Auch wenn das Projekt der Kantonsschule diesen Sommer abgeschlossen wird, können sich die Schüler vorstellen, ihre Kleidermarke weiterhin zu vermarkten: «Für mich ist das ein Zukunftsprojekt», ist Imonopi überzeugt.

Etwas schwieriger wird es für das Unternehmen BeeStrong: «Fast alle haben das Projekt unterschätzt», sagt Chef Si-

rio Crippa. Ein eigenes Produkt zu entwickeln brauche eben schon viel Zeit. Die habe sich aber gelohnt: «Das schönste Gefühl ist, nach all der Arbeit das eigene Produkt in den Händen halten zu können.» Bei BeeStrong handelt es sich um Honig-Gummibären. Mit dem Produkt wollen die vier umweltbewussten Jungunternehmer auf das weltweite Bienensterben aufmerksam machen. Pro Verkauf werden 50 Rappen für die Bienen eingesetzt. Mit dem Geld kaufen die Jungunternehmer mit

ihrem Partner-Imker in Lengnau Patenschaften für Bienenvölker. Das Produkt hat nur einen kleinen Haken: «Eigentlich sind wir zu erfolgreich», sagt der 17-Jährige gespielt verzweifelt. «Wir haben zu gut verkauft und jetzt kaum noch Säckli übrig.»

Mini-Unternehmen Die Schülerinnen und Schüler sind noch am Freitag von 16 bis 20 Uhr sowie am Samstag von 10 bis 18 Uhr im Tägipark anwesend, um ihre Produkte vorzustellen.