

Mit frischen Ideen in die Unternehmerwelt

Naturkosmetik aus Marokko, Pasta aus Züri, Salzmischungen mit 100% Schweizer Inhaltsstoffen oder pfannenfertige Risottomischungen: In der Kantonsschule Hottingen wird zurzeit einiges produziert. Im Rahmen des Schulfachs «Young Enterprise» gründen Schüler ein Kleinunternehmen, das sie während zweier Semester führen. Dabei soll unternehmerisches Denken und Handeln gefördert werden. Unter den Schülern befinden sich auch solche aus Zollikon und Zumikon, deren Kleinunternehmen nachfolgend vorgestellt werden.

«Ratzfatz»: Handgemachte Risottomischung

Das Team «Ratzfatz» um Florian Grob, der auch in Zumikon zuhause ist, hat sich für die Kreation von speziellen, handgemachten Risotto-Mischungen entschieden. «Überhaupt eine Idee für ein Produkt zu entwickeln, den konkreten Businessplan zu schreiben, das war das Schwierigste an dem ganzen Unterfangen», sagt der 17-Jährige. «Wir haben besonders Berufstätige ins Visier genommen, die oft wenig Zeit haben, sich gesund zu ernähren, und zu Junkfood greifen. Unser Risotto ist mit frischen Zutaten aus der Region angereichert und deswegen eine gute Alternative», rührt Florian Grob die Werbetrömmel. Ausserdem gebe es in den Ratzfatz-Mischungen keine Geschmacksverstärker oder Konservierungsstoffe. Dabei hat es sich das fünfköpfige Team nicht leicht gemacht: Wer Nahrungsmittel herstellt und verkauft, muss unter strengen Auflagen arbeiten. Seitenweise galt es Formulare des kantonalen Lebensmittelamtes auszufüllen. Mit Argusaugen wurden die hygienischen Bedingungen beachtet. Beim Abfüllen der Portionen mussten sterile Handschuhe und Mundschutz getragen werden. Ganz klar vorgegeben war auch, wie die Mischungen gelagert werden müssen und

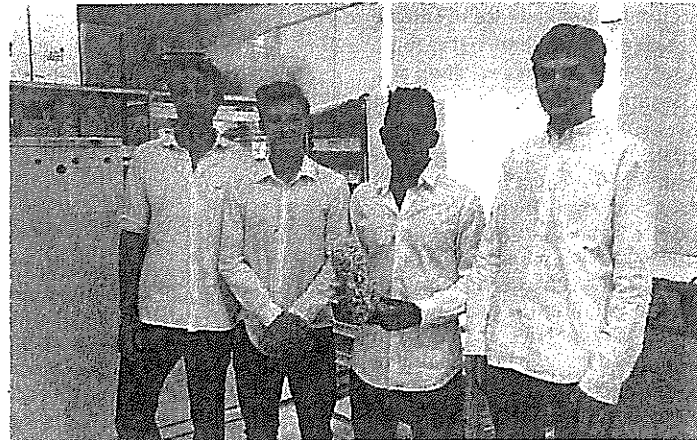
wie das Mindesthaltbarkeitsdatum errechnet wird. Ein Jahr lang läuft das Projekt nun. «Dann könnten wir unser Unternehmen als GmbH weiter betreiben», erläutert Florian Grob, der im kommenden Jahr die Matura macht. Ihn selber zieht es nicht so sehr in die Küche, eher in die Wirtschaft. «Es war extrem spannend, eine Firma von Grund auf zu entwickeln.» So musste das Team von Ratzfatz auch mit Zulieferern Preise und Mengen verhandeln. «Dabei haben wir auch darauf geachtet, Produkte aus der Region zu verwenden», erklärt der 17-Jährige. Fachmännische Tipps holten sich die Schüler auch in der Hiltl-Akademie, wo ein Koch das Produkt testete.

Erstmals öffentlich zu kaufen gibt es die zwei Risotto-Mischungen – mit Steinpilzen und getrockneten Tomaten einerseits oder mit Rosinen, Pinienkernen und Safran andererseits – am Kilchberger Chlausmarkt vom 2. Dezember im Stockengut. In Zollikon werden die pfannenfertigen Mischungen am 3. Dezember am Weihnachtsmarkt angeboten. Im Lauf des kommenden Jahres soll noch eine weitere Mischung entwickelt und angeboten werden. (bms)

► www.ratzfatz-risotto.ch



Eine Risotto-Mischung wird mit getrockneten Tomaten angeboten.



Stolz auf die eigene Pasta: Jungunternehmer Vincent Strobos, Kai Vogt, Arnel Wetchoko und Marc Bartels. (Bilder: zvg)

Pasta Turicensia

Sie planen, das Angebot von Bratwurst, Geschnetzeltlem und einem in der Stadt Zürich gebrauten Bier um ein weiteres ureigenes Zürcher Produkt zu erweitern – der «Züri-Pasta». Mit einer speziellen Kreation möchte der Zolliker Kai Vogt zusammen mit seinen drei Kollegen Marc Bartels, Arnel Wetchoko und Vincent Strobos den Pastamarkt in Zürich aufmischen. Das Aussergewöhnliche an ihren Teigwaren ist, dass die Urdinkel-Tagliatelle in vier Geschmacksrichtungen erhältlich sein werden und die Zutaten allesamt aus dem Kanton Zürich stammen. So gibt es die langen Bandnudeln der Jungunternehmer neben der klassischen Eier-Urdinkel-Sorte in den Variationen Peperoncini, Spinat und Safran. Eine Produkterweiterung ist schon geplant. Die Verpackungen der Dinkel-Teigwaren soll zudem mit dem Portrait einer berühmten Zürcher Persönlichkeit versehen werden, um die lokale Verarbeitung herauszustreichen. So wird Gottfried Keller oder Johanna Spyri künftig die Ehre zuteil, von einer Packung Urdinkel-Teigwaren aufzublicken. Wieso es gerade Pasta sein soll, mit der die Gymnasiasten ins Geschäftsleben einsteigen wollen, ist schnell geklärt: «Pasta ist ein Lebensmittel, das von vielen Menschen gerne gegessen wird. Weil es jedoch die Kombination mit Zürich noch nicht gab, wollten wir dies

Hilfe einer Befragung von 50 Personen erschlossen die vier Gymnasiasten, welche Sorten beim Konsumenten besonders gut ankommen. Obwohl die Urdinkel-Teigwaren aus Zürich mehr kosten als mit herkömmlichem Weizenmehl hergestellte, sind Kai Vogt und seine Kollegen überzeugt, dass die Konsumenten bereit sind, diesen Preis zu bezahlen. Mit 9.80 Franken für 300 Gramm «ZüriPasta» sind die Teigwaren im höheren Preissegment. Während der Planungsphase von «ZüriPasta» suchten sie einen Zürcher Teigwarenbetrieb, der mit den vier ins Geschäft kommen wollte. Mit einem eher kleinen Pastaproduzenten aus dem Zürcher Oberland fanden die vier Jungs einen Geschäftspartner, der an das Vorhaben «Züri-

Pasta» glaubte und die Jugendlichen in ihrem Vorhaben unterstützen wollte: «Als die Vier bei mir anklopften, hatte ich von Anfang an ein gutes Gefühl und war bereit, ihre Idee umzusetzen», sagt Gianpiero Duo von Joly's Pasta aus Dürnten, wo die Zürcher Teigwaren hergestellt werden. Damit für die Schüler auch noch genügend Arbeit übrig bleibt, werden die Tagliatelle von den vier eigenhändig abgefüllt und die Verpackungen etikettiert. Markteinführung von «ZüriPasta» ist die Zeit der Weihnachtsmärkte, sie wird unter anderem in Zollikon, Herrliberg und Meilen zu kaufen sein. Dann, wenn sowieso gerne und viel gegessen wird. (lvm)



Das Salz in der Suppe

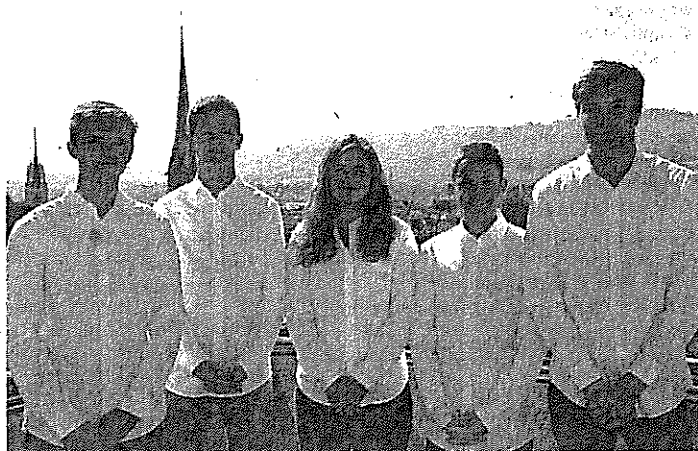
Dem Gewürz Salz wird oft eine besondere Bedeutung beigemessen. Ist etwas sehr teuer, hat es einen gesalzeneren Preis. Wer verliebt ist, versalzt schnell mal das Essen. Und besondere Erlebnisse sind das Salz in der Suppe. Das Salz steht auch im Mittelpunkt des Mini-Unternehmens «Gsalze», bei dem auch die Zolliker Linus Fehr und Mattia Dora mitmachen. Gemeinsam mit drei Mitschülern bieten sie mit ihrer Firma Gourmetsalzmischungen in den Geschmacksrichtungen Basilikum, Zitronenthymian, Knoblauch und Tomate an. Diese sollen in besonders dekorativen Verpackungen den Konsumenten auch optisch an die Schweiz erinnern. Der Leitsatz des Miniunternehmens lautet: «100% Schweiz, 100% sozial und 100% transparent.» So kommen alle Produkte vollständig aus der Schweiz, vom Salz aus den Salz-



minen von Bex und den Bio-Zutaten bis hin zu den Gläsern und deren Verpackungen. Transparenz werde auf der Website geschaffen, auf welcher die genaue Herkunft jedes Inhaltsstoffes und sogar die der Gläser ersichtlich ist. «Wir legen auch grossen Wert auf den sozialen Aspekt», sagt Linus Fehr, so werden alle Salze beim Züriwerk gemischt, der Arbeitsstätte für Menschen mit Beeinträchtigungen, denen das Arbeiten im normalen Arbeitsmarkt unmöglich wäre.

Salze für jeden Feinschmecker
Ihr Unternehmen haben die fünf Schüler der Kantonsschule Hottlingen unter das Zitat des griechischen Philosophen Heraklit gestellt: «Grosse Ereignisse erfordern grossen Ehrgeiz.» Und mit diesem Ehrgeiz haben sich CEO Noel-Marie Eckert, CFO Linus Fehr, IT-Leiter Roman Siegenthaler, CMO Mattia Dora und CIO Robert Landrock ans Werk gemacht. Sie sind sich sicher: «Ob Sterne- oder Hobbykoch – unsere Salze sind für jeden Feinschmecker.» Die Salzmischungen kosten je 10.95 Franken, können aber auch im Dreier-Set gekauft werden, wobei der Käufer die Kombination selber bestimmen kann. Vertrieben werden die Salzmischungen auf den Weihnachtsmärkten in Zollikon, Zumikon und Uster sowie über den Webshop. (e)

► www.gsalze.ch



Linus Fehr, Robert Landrock, Noel-Marie Eckert, Roman Siegenthaler und Mattia Dora von «Gsalze». (Bilder: zvg)

Young Enterprise Switzerland

Der Unterricht während des Schulprojekts basiert auf dem Company Programm von Young Enterprise Switzerland (YES). Die Non-Profit-Organisation entwickelt und betreut praxisorientierte Wirtschaftsbildungsprogramme für Schülerinnen und Schüler, um Wirtschaft und Schule zu vernetzen. Sämtliche Minifirmen nehmen am Wettbewerb von YES teil. In diesem Jahr sind es rund 250 Teams. Der Sieger wird Ende Mai gekürt. Die meisten Miniunternehmen lösen sich Ende Schuljahr auf.

Naturkosmetik aus Marokko



Assia Mrani und Lara Simola besuchten die Frauenkooperative in Marokko. (Bilder: zvg)

Er wächst nur an einem Ort der Welt: Im Südwesten Marokkos gedeiht der Argan-Baum. Berberfrauen gewinnen dort seit Urzeiten seine Früchte und verarbeiten sie in mühsamer Arbeit in kostbares Öl. Dieses findet seinen Einsatz nicht nur in der gehobenen Küche, sondern auch in der Kosmetik. Assia Mrani weiss das schon lange. Sind die braun gewellten Haare der Gymnasiastin mit marokkanischen Wurzeln spröde oder ihre Haut trocken, verwendet sie ein paar Tropfen des Öls, das durch seine hochwertigen Inhaltsstoffe geschädigte, empfindliche sowie unreine Haut beruhigt und durch seine feuchtigkeitsspendende Wirkung der Austrocknung vorbeugen soll. «Ich bin begeistert davon», sagt die junge Frau und steckte mit ihrer Begeisterung einige ihrer Mitschüler an. Im Rahmen des Schulprojekts arbeiten sie nun mit einer Frauenkooperative aus Marokko zusammen, welche handgemachtes Arganöl herstellt. Zusammen mit der Zumikerin Lara Simola hat Assia Mrani die Berberfrauen während der Herbstferien besucht, einen Tag haben sie dafür von der Schule frei bekommen. Vom grossen Gebiet, das die UNESCO zu einem Biosphärenreservat erklärt hat, ist die 18-jährige Zumikerin beeindruckt, genauso wie von den Berberfrauen. «Trotz sprachlicher Barriere haben wir uns gut verstanden, die Frauen waren sehr hilfsbereit und freund-

lich.» Die beiden Schülerinnen durften beim Schälen, Zermahlen und Pressen der Nüsse mithelfen und erhielten so einen Einblick vor Ort in die Produktion des Arganöls. 16 Kilo Nüsse ergeben ein Liter des wertvollen Öls. Pro Kilo Nuss erhalten die Frauen der Kooperative 4 Franken, ein hoher Lohn für marokkanische Verhältnisse. Der Argan-Baum wird von den Bewohnern denn auch «Baum des Lebens» genannt, denn neben dem Öl versorgt er sie auch mit Bauholz und Brennstoff und die nicht verwendeten Früchte dienen als Nahrung für die Ziegen.

Jahrhundertelange Tradition

Zurück in der Schweiz sind die beiden Schülerinnen zusammen mit vier Mitschülern daran, Flaschen und Dosen zu etikettieren, um diese den Berberfrauen zuzustellen. Die Marokkanerinnen werden die Utensilien mit frisch gepresstem Arganöl, Heilerde aus dem Atlasgebirge und Olivenseife mit Arganöl und Lavendelduft bestücken und zurück in die Schweiz schicken. Daraus entsteht eine Weihnachts-

box, welche die sechs Kantonschüler als Miniunternehmen vertreiben. Im

Visier haben sie Kosmetikläden und Geschenkboutiquen und auch bei Wellnesseinrichtungen werden sie anklopfen. Ebenso richten sie einen Onlineshop ein und werden auf den Weihnachtsmärkten von Zollikon und Zumikon anzutreffen sein.

Es sei ihr bewusst, sagt Lara Simola, dass der Preis ungefähr 80 Franken, der zurzeit noch genau ausgerechnet wird, für die gesamte Box hoch sei. «Doch ist

er gerechtfertigt, wenn man berücksichtigt, was man dafür alles erhält.» Mit dem Erwerb des reinen Öls, wovon in herkömmlicher Kosmetik oft nur ein Bruchteil enthalten ist, unterstützt der Käufer die Frauenkooperative aus Marokko, die sich für Rechte und die Bildung der Berberfrauen einsetzt. «Dieser soziale Hintergrund ist uns wichtig», unterstreicht Assia Mrani. Mit dem handgefertigten Öl leiste die Frauenkooperative der industriellen Herstellung Widerstand und erhalte eine jahrhundertelange Tradition aufrecht. (mmw)

► Weitere Infos:
www.lor-occulte.com
www.arginati.com

