

CHEW UP: Sie sind die jüngsten Start-up-Gründer bei den Löwen (20Minuten, 14.11.2023)

Ennio Kubli, Leon Bossard und Ljam Oehninger haben bereits als 15- und 16-Jährige ein Start-up gegründet. Im Interview erklären sie ihre Geschäftsidee.



Sie haben das Start-up «Chew Up» gegründet, von links: Ennio Kubli, Leon Bossard und Ljam Oehninger.

Ennio Kubli, Leon Bossard und Ljam Oehninger werden am 14. November in «Die Höhle der Löwen Schweiz» zu Gast sein – so junge Start-up-Gründer gab es in der Sendung noch nie. 20 Minuten hat mit ihnen gesprochen.

Ihr habt bereits im Alter von 15 und 16 Jahren ein Start-up gegründet, wie kam es dazu?

Ljam: Wir besuchen alle die **Kantonsschule Hottingen**, die den **Akzent Entrepreneurship** anbietet, als Ergänzung zum wirtschaftlich-rechtlichen Profil der Schule. So haben wir unser unternehmerisches Denken weiterentwickelt und erhielten die Chance, ein Start-up zu gründen. Das war der Grundstein für Chew Up.

Andere in eurem Alter interessieren sich für Frauen und Ausgang. Habt ihr dafür überhaupt Zeit?

Ennio: Ja, dafür haben wir immer noch Zeit. Natürlich ist es nicht einfach, neben der Schule ein Start-up zu leiten, aber wenn wir uns die Arbeit gut einteilen, bleibt genug Zeit für Freizeit und Hobbys.

Wir haben eure Schulfreunde auf die Start-up-Gründung reagiert?

Ljam: Viele von ihnen haben in der Schule selbst Start-ups gegründet, die Alternative war, ein Praktikum in einem Unternehmen zu absolvieren. Sie freuen sich nun, dass wir unser Start-up auch gross machen wollen.

Was ist eure Geschäftsidee?

Leon: Ein Energiebooster als Kaugummi namens Chew Up. Er beinhaltet Koffein in Form des Grünteepulvers Matcha und ist zuckerfrei. Matcha hat den Vorteil, dass der Energieeffekt länger hält und langsamer abflacht.

Der Kaugummi soll die Konzentration stärken, funktioniert das wirklich?

Ennio: Ja, wer den Kaugummi kaut, steigert die Blut- und Sauerstoffversorgung um bis zu 25 Prozent. Auch Matcha wirkt sich positiv auf die Konzentration aus und sorgt dafür, dass man sich besser fokussieren kann.

Wo produziert ihr die Kaugummis?

Ljam: Nach einem Selektionsverfahren haben wir uns für einen Produzenten in Italien entschieden, der auch die nötige Qualität für Chew Up bietet. In einer ersten Grossbestellung haben wir 20'000 Packungen bestellt, das war für uns ein Meilenstein. Längerfristig möchten wir die Produktion aber in die Schweiz verlegen.

Wie viele Kaugummis müsst ihr verkaufen, sodass es sich lohnt?

Ennio: Das ist schwierig zu beantworten. Wir stecken alles Geld, das wir mit Chew up erwirtschaften, in die Weiterentwicklung der Firma.

Seid ihr euch eigentlich immer einig, gibt es nie Streit?

Ennio: Ab und zu gibt es heisse Diskussionen, aber am Ende finden wir immer eine Lösung.

Am 14. November tretet ihr in «Die Höhle der Löwen» auf, seid ihr schon nervös?

Leon: Eine gewisse Nervosität ist vorhanden. Wir sind aber auch motiviert, den Löwen unsere Geschäftsidee zu präsentieren, von der wir überzeugt sind. Dieser Auftritt ist für uns eine tolle Chance, die wollen wir nutzen.

Wie wollt ihr die Investoren überzeugen?

Ennio: Wir sind überzeugt, dass unser Produkt den Nerv der Zeit trifft. Konzentration und Energie durch natürliche Inhaltsstoffe liegen im Trend. Zudem sind wir ein junges, eingespieltes Team, das persönlich mit der Marke verbunden ist. Mit diesen Argumenten und unserer Leidenschaft wollen wir die Löwen überzeugen.

Ihr kämpft um 20'000 Franken, müsst dafür aber zehn Prozent der Firma abgeben. Ein guter Deal?

Ljam: Unserer Meinung nach ist es ein guter Deal. Es ist nicht nur das finanzielle Investment, das uns weiterhelfen könnte, sondern auch das Unternehmens-Know-how der Löwen und deren Netzwerk.

Was würdet ihr euch mit der ersten Million kaufen?

Ennio: Darüber haben wir uns noch keine Gedanken gemacht, ich würde aber sicher einen Teil davon anlegen.

