



Das Team von Planet Pasta, mit CEO Mirja Kucera in der Mitte.

Bild: zvg



Aluha Pop setzt ebenfalls auf regionale Lebensmittel – in Form von Popcorn.

Bild: Lea Weber

# Diese beiden Bieler Mini-Unternehmen haben es geschafft

Diese Woche verkaufen 75 Jungunternehmen aus Schweizer Gymnasien in Zürich ihre Produkte. Mit dabei sind auch zwei Teams aus Biel. Bei ihnen dreht sich alles um den Geschmack.

**Maeva Pleines/mg**

«Save the world, but with taste!» (Rette die Welt, aber mit Geschmack!) – das ist der Slogan von Planet Pasta. Das junge Unternehmen wurde von Schülerinnen und Schülern des Gymnasiums Biel-Seeland ins Leben gerufen, und zwar im Rahmen des Programms Young Enterprise Switzerland (YES). Mit 17 Jahren wurde Gymnasiastin Mirja Kucera so zur CEO eines Teams aus fünf Freunden.

Das Projekt hat im letzten Sommer seinen Anfang genommen. In Kuceras zweisprachiger Gymerklasse – Schwerpunkt Wirtschaft und Recht – wurden drei Gruppen gebildet. Der Auftrag: ein Unternehmen gründen – egal, in welchem Bereich.

Mirja Kucera sagt: «Wir stellten uns sofort eine Frage: Was ist uns wichtig?» Eine Antwort, die sich dem Team aufdrängte: Nachhaltigkeit. Die jungen Unternehmer nahmen Kontakt mit Landwirten im Seeland auf und suchten nach Lebensmitteln, die es nicht in den Verkauf schafften.

Nach vielen Absagen öffnete sich schliesslich eine Tür in Kallnach. Der Biohof Hübli bot ihnen Zucchini, Rindfleisch und Rüben an, die zu krumm, verbeult oder unschön für den Grossverteiler sind.

## Zwei Wochen lang nur Teigwaren gegessen

Mit diesem Gemüse wollten das Team Teigwaren herstellen. Doch die zweite Schwierigkeit liess nicht lange auf sich warten. Die Rezepte für Gemüse-Teigwaren, die man im Inter-

net findet, basieren fast immer auf getrocknetem Gemüsepulver, nicht auf frischem Gemüsebrei, wie ihn die Gymnastinnen verwenden wollten. «Wir haben zwei Wochen lang experimentiert», erinnert sich Mirja Kucera, «und uns in dieser Zeit fast ausschliesslich von pinken, grünen und orangen Teigwaren ernährt.»

## «Nach zwei Monaten haben wir schon Gewinn gemacht.»

net findet, basieren fast immer auf getrocknetem Gemüsepulver, nicht auf frischem Gemüsebrei, wie ihn die Gymnastinnen verwenden wollten. «Wir haben zwei Wochen lang experimentiert», erinnert sich Mirja Kucera, «und uns in dieser Zeit fast ausschliesslich von pinken, grünen und orangen Teigwaren ernährt.»

net findet, basieren fast immer auf getrocknetem Gemüsepulver, nicht auf frischem Gemüsebrei, wie ihn die Gymnastinnen verwenden wollten. «Wir haben zwei Wochen lang experimentiert», erinnert sich Mirja Kucera, «und uns in dieser Zeit fast ausschliesslich von pinken, grünen und orangen Teigwaren ernährt.»

net findet, basieren fast immer auf getrocknetem Gemüsepulver, nicht auf frischem Gemüsebrei, wie ihn die Gymnastinnen verwenden wollten. «Wir haben zwei Wochen lang experimentiert», erinnert sich Mirja Kucera, «und uns in dieser Zeit fast ausschliesslich von pinken, grünen und orangen Teigwaren ernährt.»

net findet, basieren fast immer auf getrocknetem Gemüsepulver, nicht auf frischem Gemüsebrei, wie ihn die Gymnastinnen verwenden wollten. «Wir haben zwei Wochen lang experimentiert», erinnert sich Mirja Kucera, «und uns in dieser Zeit fast ausschliesslich von pinken, grünen und orangen Teigwaren ernährt.»

**Mirja Kucera**  
CEO Planet Pasta

Um effizient produzieren zu können, musste das Team in eine elektrische Pastamaschine investieren. Familie und Freunde konnten Anteile am Unternehmen kaufen, wodurch rund 2000 Franken zusammenkamen. «Nach zwei Monaten haben wir schon Gewinn gemacht», sagt Kucera. Die Investoren haben also schon eine kleine Rendite erhalten. «Zudem haben wir beschlossen, einen Teil unseres Umsatzes an die Stiftung Tischlein deck dich zu spenden, die überschüssige Lebensmittel verteilt.»

Die Jungunternehmer scheinen die Erfolgsformel gefunden zu haben, denn sie haben im Rahmen des YES-Programms bereits drei Preise gewonnen. Einer davon ermöglicht es ihnen, einen Werbespot in mehreren Schweizer Kinos zu schalten. Zudem gehört das Unternehmen zu den 75 besten von insgesamt 265 Teilnehmern, die in Zürich im Hauptbahnhof einen Stand betreiben dürfen (siehe Infobox).

## Buntes Popcorn als Konkurrenz

Planet Pasta wird dort nicht die einzige Mini-Firma aus Biel sein. Eine zweite Gruppe derselben Klasse hat es ebenfalls in die Auswahl geschafft.

Aluha Pop setzt ebenfalls auf regionale Lebensmittel – diesmal in Form von Popcorn. Der Mais stammt aus der Region, die Gewürze aus Aarau: Olive, Röstzwiebel, Curry, Johannisbeere, Kokos/Vanille, Lebkuchen oder würziger Kürbis. «Wir haben auf limitierte Editionen und eine auffällige Verpackung ge-

setzt, um uns abzuheben», erklärt Chloé Bonjour, die Marketingverantwortliche.

Die junge Frau aus Reconvilier gibt zu, dass der Start bei ihrem Team holprig war: «Ursprünglich wollten wir Parfums herstellen. Doch die Realität holte uns ein – mit den vielen nötigen Lizenzen und hohen Produktionskosten.» Letztlich errei-

## «Wir werden manchmal wegen unseres Alters nicht ernst genommen.»

chloé Bonjour, die Marketingverantwortliche von Aluha Pop, sagt: «Wir werden manchmal wegen unseres Alters nicht ernst genommen», bedauert Chloé Bonjour.

## Wie geht weiter mit den beiden Unternehmen?

Ob Aluha Pop nach dem YES-Programm weiterbesteht, ist noch unklar. «Es ist ein grosser Aufwand neben der Schule. Aber die Erfahrung hat uns ungläub-

chloé Bonjour, die Marketingverantwortliche von Aluha Pop, sagt: «Wir werden manchmal wegen unseres Alters nicht ernst genommen», bedauert Chloé Bonjour.

Mit ihren 16 Jahren hat Chloé Bonjour schon etwas Erfahrung in der Gastronomie, sie hat in der Bar ihrer Eltern ausgeholfen. Besonders gefallen am YES-Projekt hat ihr der direkte Kundenkontakt: «Einmal meinte eine ältere Dame, sie wolle unser Popcorn nicht probieren, weil Mais nur für Hühner sei. Nach einem kurzen Gespräch liess sie sich doch darauf ein – und kaufte schliesslich sechs Packungen.»

Mit ihren Popcorns war die Jungunternehmer-Truppe schon auf mehreren Märkten im Berner Jura vertreten, etwa in Moutier, Orvin, Sonceboz und Reconvilier. Nach dem Markt im Bahnhof Zürich wird Aluha Pop im Mai auch am Stadtlifest in Nidau präsent sein. Ausserdem verhandelt das Team gerade mit dem Lebensmittelladen Feuz in Malteray, um seine Produkte dort ins Sortiment zu bringen. «Wir mussten einige Absagen einstecken – das gehört zum Geschäftsleben dazu. Leider werden wir manchmal wegen unseres Alters nicht ernst genommen», bedauert Chloé Bonjour.

## Wie geht weiter mit den beiden Unternehmen?

Ob Aluha Pop nach dem YES-Programm weiterbesteht, ist noch unklar. «Es ist ein grosser Aufwand neben der Schule. Aber die Erfahrung hat uns ungläub-

chloé Bonjour, die Marketingverantwortliche von Aluha Pop, sagt: «Wir werden manchmal wegen unseres Alters nicht ernst genommen», bedauert Chloé Bonjour.

Für Mirja Kucera von Planet Pasta ist das Ende nach YES allerdings absehbar. «Um das Unternehmen weiterzuführen, müssten wir komplizierte rechtliche Hürden meistern, insbesondere weil wir Minderjährige beschäftigen würden.» Kucera wäre nächstes Jahr die Einzige im Team, die volljährig ist. Sie sieht die Erfahrung mit dem eigenen Mini-Unternehmen als wertvolle Grundlage: «Vielleicht hilft mir das eines Tages, meine eigene Firma zu gründen.»

## Young Enterprise Switzerland

Young Enterprise Switzerland (YES) ist eine **gemeinnützige Organisation**, die wirtschaftliche Bildungsprogramme für Schülerinnen und Schüler entwickelt und betreut. Durch praktische Erfahrungen erwerben die Jugendlichen Fähigkeiten für ihre persönliche und berufliche Zukunft. Von heute bis am Samstag findet im Bahnhof Zürich die nationale Handelsmesse der Mini-Unternehmen statt, an der die 75 besten von 265 Gruppen teilnehmen. Danach werden 25 Teams für das **Finale am 23. und 24. Mai** in Zürich ausgewählt. (map/mg)