

Fruchtige Ideen aus jungen Köpfen

Schweizweit erhalten Gymnasiast:innen mit dem Schwerpunktfach Wirtschaft und Recht die Möglichkeit, ihr eigenes Miniunternehmen zu gründen und weiterzuentwickeln. Dieses Jahr aus dem Worblental mit dabei: Aronja – fruchtig, fätzig, fit.

WORBLENTAL

Fünf Schülerinnen aus dem Gymnasium Kirchenfeld haben im Rahmen von Young Enterprise Switzerland (YES) ein Startup mit dem Namen «Aronja» gegründet. Somit sind sie Teil eines schweizweiten Projekts, an dem jährlich etliche Gymnasiast:innen mit dem Schwerpunktfach Wirtschaft und Recht teilnehmen. Die jungen Menschen haben die Möglichkeit, unternehmerische Prozesse praktisch zu erlernen und nehmen an einem Wettbewerb teil, bei welchem Ende Jahr das beste Miniunternehmen ausgezeichnet wird.

Eine gesunde Kreation

Caroline, Sara und Zoé aus Ittigen bilden zusammen mit Anastacia aus Boll und Paula aus Trimstein das Aronja-Team. Das junge Miniunternehmen kreierte fruchtige Gewürze mit Vitamin- und Mineralienzusätzen und brachte diese auf den Markt. Beispielsweise Müsli, Joghurt oder ein Dessert können mit den Produkten von Aronja vielfältig gewürzt werden. Dabei bestehen die Produkte ausschliesslich aus natürlichen Zutaten. Es handelt sich um reines Fruchtpulver ohne Zuckerzusatz, dem das junge Team Vitamine und Mineralien zusetzt. Alle Produktvarianten enthalten Aronia-Pulver. Daher leitet sich auch der Name des Miniunternehmens ab. Die Aronia-Beere wird als «Superfrucht» bezeichnet, denn sie beinhaltet wichtige Inhaltsstoffe, die die Zellregeneration und das Immunsystem stärken. In der Produktentwicklung wurde eine Ernährungsberaterin beigezogen und ihre Empfehlungen wurden sorgfältig in der Rezeptur berücksichtigt.

Unternehmerische Prozesse

Die Idee, ein Fruchtpulver zu kreieren, ist aus gemeinsamen Brainstorming-Sessions der Gymnasiastinnen entstanden. Dem fünfköpfigen Team war schnell klar, dass sie ein Food-Produkt ent-

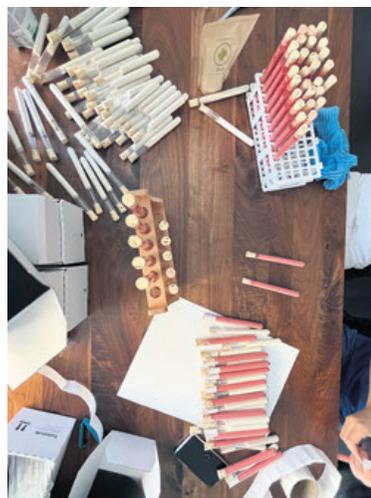


v.l.n.r.: Sara Rados (CAO), Zoé Perrinjaquet (CFO), Caroline Walke (CEO), Anastacia Spörri (CMO/CPO), Paula Moser (CTO)

wickeln möchten, mit der Überlegung, dass sie mit einem NahrungsmittelleinebreiteKundschaft erreichen. Die Produktion haben sie selbst in die Hand genommen, um alle einzelnen Schritte eigenständig zu gestalten und ein persönliches und einzigartiges Produkt auf den Markt zu bringen. Mit Umfragen, Geschmackstests und eigenen Vorlieben einigten sie sich auf drei verschiedene Fruchtpulversorten. Das fruchtige Gewürz wird von Aronja in kleinen Reagenzgläsern verpackt und passend zur Corporate Identity, welche den Slogan «fruchtig, fätzig, fit» widerspiegeln soll, etiket-

tiert. Die Fruchtpulver sind online auf ihrer Webseite www.aronja.ch und an verschiedenen Verkaufsanlässen erhältlich. Auf der Webseite und auf ihren Social-Media-Kanälen werden weitere Einblicke in ihr Projekt gegeben. Bisher war das engagierte Miniunternehmen an der Eröffnungsveranstaltung am Gymnasium Kirchenfeld und am Ittiger Märkt vertreten und hatte grossen Erfolg. Wer das Produkt direkt von den innovativen Gründerinnen erstehen möchte, hat am Weihnachtsmarkt vom 22. November in Bolligen die ideale Gelegenheit dazu.

Varin Berger



Impressionen aus dem unternehmerischen Prozess von Aronja: Planung, Produktion und Vertrieb