

**10
JAHRE
GO!**

mikrokredite.ch

**Wir feiern
10 Jahre faire
Chancen für
Kleinunternehmen!**

	<p>Ladina Bucher Flamencotänzerin, Stadt Zürich ladinabucher.com</p>	8
	<p>Yaowaret Homberger Foodtruck, Kanton Schaffhausen thai-moving-noodles.ch</p>	12
	<p>Marco Natali Marco il Figaro & Barbieri, Stadt Zürich marcofigaro.com</p>	14
  	<p>Benjamin Kuschnik, Matthias Göhler, Anian Schreiber Kakaofrucht-Saft, Stadt Zürich koa-impact.com</p>	17
	<p>Angelina Seifert Psychosoziale Spitex, Kanton Zürich psychosoziale-spitex.ch</p>	20
	<p>Patrick Engler Café-Bistro, Kanton Zürich cafe-amroemerholz.ch</p>	23
	<p>Veronika Waldvogel Produzentin von Kochbananen-Chips, Kanton Aargau swisschips.ch</p>	25
	<p>Genevieve Camenisch Privatschule, Stadt Zürich dorfschule21.ch</p>	27
	<p>Christian Feiler Schreinerei Feiler, Kanton Zug schreinerei-feiler.ch</p>	30
	<p>Pascal Bättig Das modernste Reformhaus, Kanton Zürich libergy.ch</p>	33
 	<p>Stephan und Thomas von Matt Gastronomen, Stadt Zürich the bite.ch, brisket.ch, yardbird.ch</p>	36



Unabhängig davon, was die Zukunft bringen wird – eine Wirtschaft und eine Gesellschaft, in denen die Voraussetzungen gut sind, damit das Potenzial der Menschen bestmöglich zur Entfaltung kommen kann, werden immer im Vorteil sein. GO! ermöglicht den Kreditnehmenden die Nutzung ihres Potenzials, was sonst so nicht möglich wäre.

«GO! ermöglicht den Kreditnehmenden die Nutzung ihres Potenzials, was sonst so nicht möglich wäre.»

Viele der von GO! finanzierten Projekte füllen eine Nische. Zu einem vitalen und widerstandsfähigen Wirtschaftsstandort gehört die Vielfalt. Dazu gehört auch das Nutzen von Nischen, gerade auch in einer globalisierten Welt.

Das Kernanliegen von GO! ist einfach: Personen ermöglichen, eine Firma zu gründen oder weiterzuentwickeln, auch wenn sie auf konventionellem Weg die Finanzen dazu nicht beschaffen können. Hier springt GO! ein. Die meisten der bis heute über 300 Kreditnehmenden hätten ihre Pläne nicht realisieren können, wenn es GO! nicht gegeben hätte.

Der Erfolg von GO! zeigt: GO! füllt eine Lücke im System der Investitionskreditvergabe. Auch GO! wird sich veränderten Rahmenbedingungen anpassen, aber die Mission von GO! bleibt, diese Lücke zu füllen, möglichst überall in der Schweiz.

Ruedi Winkler
Präsident Verein GO!

Jubiläen sind ein passender Moment, um vorwärtszuschauen. Wir wissen, was bereits gelungen ist, welche Fehler wir nicht mehr machen sollten, und können darauf aufbauen. Die grosse Unbekannte dabei sind die zukünftigen Rahmenbedingungen, unter denen die Weiterentwicklung erfolgen wird.

Gesellschaftliche und wirtschaftliche Entwicklungen gehen nie linear vor sich. Mit Sicherheit können wir somit nur sagen, dass die Zukunft anders sein wird, als sie in Prognosen vorausgesagt wird. Sie wird Überraschungen bringen. Die Frage ist somit, wie geschickt eine Organisation, ein Unternehmen oder die öffentliche Hand – wir alle – mit diesen Überraschungen umgehen. Wir haben bei GO! den Vorteil, dass wir jeden Tag hautnah mit Personen Kontakt haben, die unter meist eher schwierigen Bedingungen versuchen, eine Firma für die Zukunft aufzubauen bzw. weiterzuentwickeln. Das heisst, wir erhalten durch sie eine Vielfalt von Informationen, wie sie die zukünftigen Bedingungen für ihre ganz konkreten Pläne beurteilen. Das sind keine Gesamtschauen und keine wissenschaftlichen Abhandlungen. Da sie aber für das Gelingen ihrer Pläne entscheidend sind, haben sie meist Hand und Fuss.



Nadine Caprez-Auer
Co-Geschäftsführerin Verein GO!
seit Februar 2009

Zu Beginn ihrer Berufslaufbahn, direkt nach dem Betriebswirtschaftsstudium, rettete Nadine Caprez das elterliche Unternehmen vor dem Konkurs. Danach gründete sie mit 27 Jahren mit ihrem Mann und drei Kollegen eine Firma im Bereich Smart Home mit heute 20 Mitarbeitern.

Ab 2009 baute sie GO! Mikrokredite als Geschäftsführerin auf und führt die Geschäftsstelle seit 2012 mit Beni von Allmen in einer Co-Geschäftsführung.

Die Mutter dreier Buben hat zwei Verwaltungsratsmandate in KMU inne. Dank der eigenen Erfahrung im Aufbau von Firmen wie auch im Meistern von unternehmerischen Krisensituationen bietet sie eine fundierte, praxisnahe Beratung an. Sie trägt mit ihrem Wissen dazu bei, dass die Stolpersteine für Neugründer sichtbar werden und Kleinunternehmen eine faire Chance bei der Kreditvergabe erhalten.



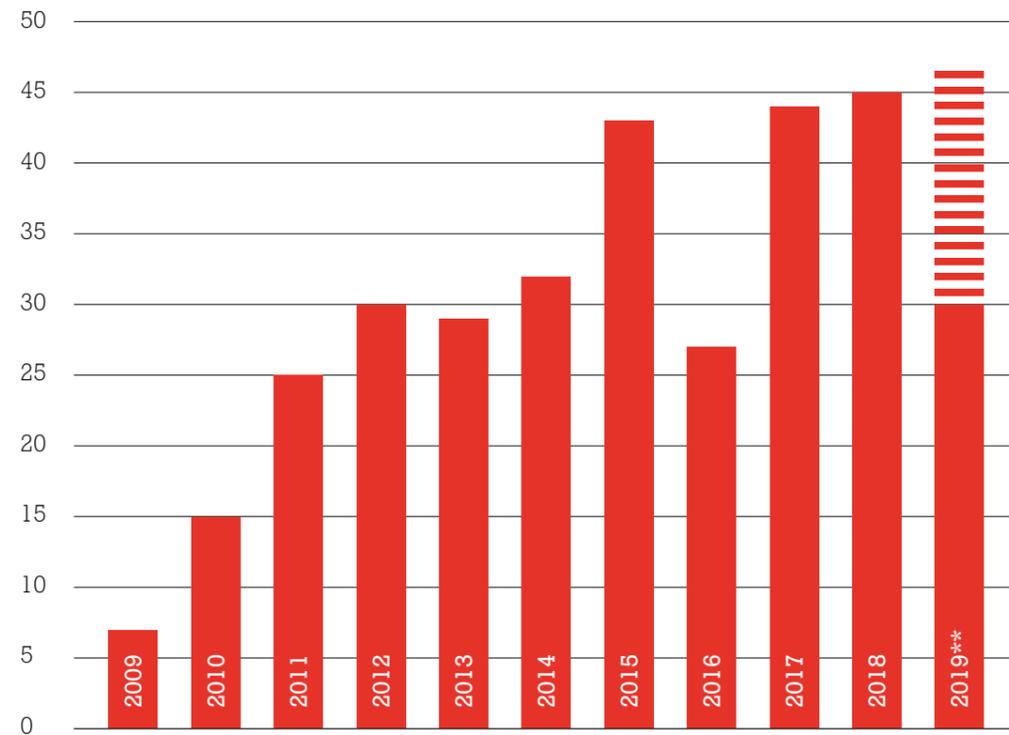
Beni von Allmen
Co-Geschäftsführer Verein GO!
seit April 2012

Als ehemaliger Gründer und Inhaber zweier Start-ups im Bereich stationärer Detailhandel und internationale Distributionsunternehmung für Sportbekleidung und Surf-Accessoires bringt er praxisnahe und fundierte Erfahrungen mit, wie ein Start-up aufgebaut werden kann.

Nach der erfolgreichen Selbstständigkeit begleitete er Dutzende KMU bei Firmenverkäufen und Nachfolgeregelungen unterschiedlichster Branchen beim schweizweit führenden Unternehmen für Nachfolgeregelungen von KMU.

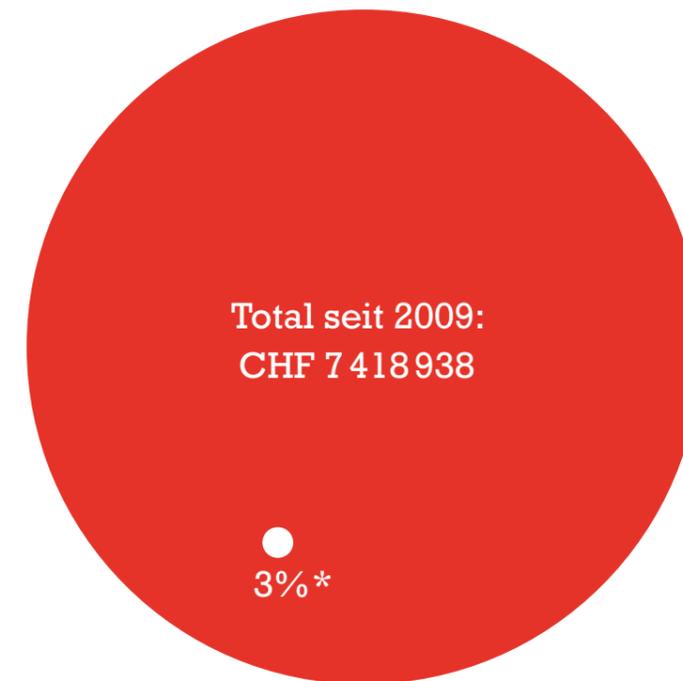
Handwerk und Theorie lernte er von der Basis auf als Lehrling im Detailhandel bis hin zum Abschluss an der Uni Basel, MAS Betriebswirtschaft und Marketing.

Anzahl Kredite: 327*



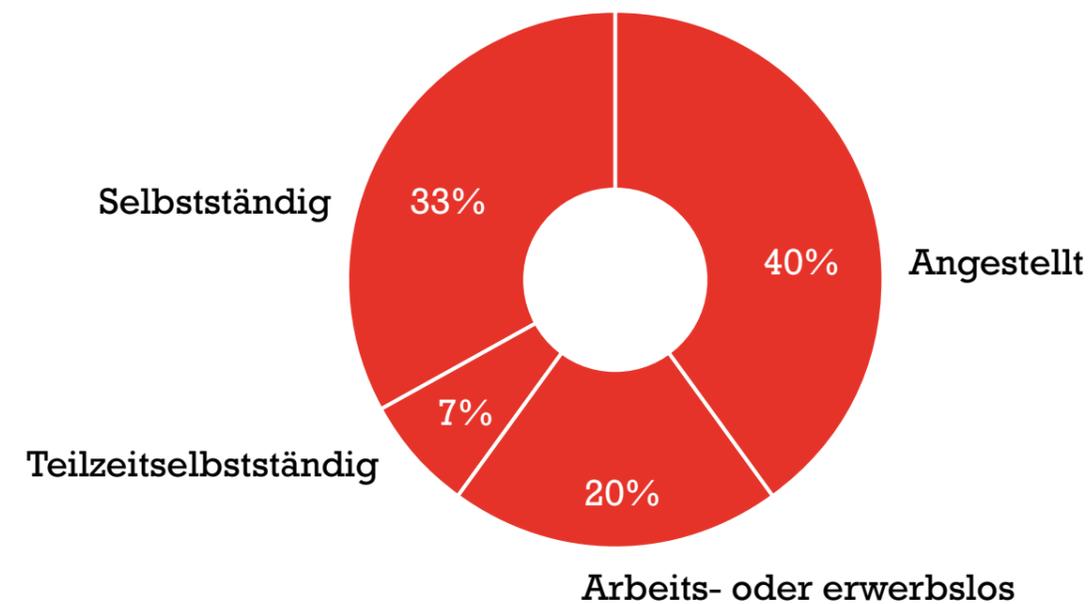
* Stand 31. August 2019 ** Prognostiziert für 2019

Bewilligte Kreditsumme / Ausfallquote



* 2009 – 2019: Kreditausfallquote

Erwerbsstatus bei Kreditantrag



Kreditvergabe nach Geschlecht





«Diese Kraft, diese Leidenschaft!»

Als 14-Jährige verliebte sich Ladina Bucher in den Flamencotanz. 18 Jahre später fasste sie sich ein Herz und machte ihre Leidenschaft zum Beruf. Bereit hat sie es noch in keiner Sekunde, auch wenn es finanziell manchmal ein Spagat ist.

An die Details erinnert sich Ladina Bucher nicht mehr, an ihre Gefühle allerdings schon. 14 Jahre war sie alt, als sie zum ersten Mal eine Aufführung der Tanzcompagnie «Flamencos en route» besuchte, und es war für das schüchterne Mädchen wie eine Offenbarung: «Diese Kraft, diese Leidenschaft!», habe sie gedacht, erinnert sich die heute 34-Jährige. Und noch bevor der Abend zu Ende war, wusste sie: «Das will ich auch.»

Bucher begann während des Gymnasiums, Flamenco zu tanzen, nahm Stunden, machte rasch Fortschritte, unterrichtete mit 20 Jahren schon Schülerinnen und trat als Tänzerin und als Cellistin in Flamencoproduktionen auf. Doch so sehr sie Feuer und Flamme war, blieb das Tanzen ein zeitintensives Hobby; die Leidenschaft zum Beruf zu machen, traute sich Bucher nicht. Statt ganz auf die Karte Flamenco zu setzen, nahm sie Studien der Sozialanthropologie und der Theaterwissenschaften in Angriff – «vermutlich ein Zugeständnis an die Schweizer Mentalität», sagt Bucher und zuckt mit den Schultern. Mit einem anerkannten Abschluss sei das Leben einfacher, habe sie damals gedacht.

Elf Jahre später hatte sie sogar zwei Abschlüsse in der Tasche: den Bachelor in Theater- und Tanzwissenschaften der Uni Bern und dazu ein Diplom als Naturheilpraktikerin. Schon während der Ausbildung am Institut für integrative Naturheilkunde hatte sie in einer Praxis am Zürichsee gearbeitet, nach der Diplomfeier hätte sie bloss noch Ja sagen müssen zu einer Festanstellung, doch in diesem Moment fragte sich Ladina Bucher: «Wie lange will ich mir noch den Weg verbauen mit meiner Angst? Ist Sicherheit wirklich mehr wert als Leidenschaft?» Während der Kopf noch abwogte, wusste das Herz bereits: Jetzt oder nie! Wenn sie es jetzt nicht versuchte, würde sie es eines Tages bereuen.

Zwar hatte Bucher während des Studiums in einer Videothek gejobbt und mit Tanzauftritten etwas Geld verdient, aber über nennenswerte Ersparnisse verfügte sie nicht beim Start in die Selbstständigkeit vor zwei Jahren. Entsprechend hatte sie keine Ahnung, woher sie das Geld nehmen sollte für einen professionellen

Internetauftritt – sie wusste nur, dass es ohne überzeugende Visitenkarte im Netz schwierig werden würde, sich einen Namen zu machen als Berufstänzerin. Dann erinnerte sie sich daran, dass sie während der Ausbildung zur Naturheilpraktikerin mal einen Flyer eingesteckt hatte von einem Verein, der Kleinkredite an Selbstständige vergab. Nun war die Zeit gekommen, auf diese Möglichkeit zurückzugreifen. «Die 7000 Franken, die ich von GO! erhielt, erleichterten mir den Start und gaben mir zusätzliches Selbstvertrauen», erinnert sich Bucher. Und sie sehe den Kredit als Verpflichtung, mit harter Arbeit dafür zu sorgen, dass es gut komme mit ihrer Einzelfirma.

«Die 7000 Franken, die ich von GO! erhielt, erleichterten mir den Start und gaben mir zusätzliches Selbstvertrauen.»

Fremdes Geld in die Hand zu nehmen und zu investieren, war für Bucher nichts Neues. «Wer Kunstproduktionen organisiert, hat Erfahrung mit Wetten auf die Zukunft.» Zunächst fallen immer diverse Kosten an, für Kostüme, Raummiete, Musiker, Marketing und mehr. Erst nach den Aufführungen wisse man, ob diese Kosten gedeckt werden könnten oder ob ein Loch in der Kasse bleibe. So war es auch beim Flamencofestival «Arte reunido», das Bucher 2016 erstmals in Zürich

organisierte. Oder später, als sie das Miller's Studio im Zürcher Seefeld mietete für eine Uraufführung mit einer dänischen Flamencokünstlerin. Wenn sie grössere Produktionen plane und organisiere, sei sie dankbar für die Zeit an der Uni, sagt Ladina Bucher. Bei der Bachelorarbeit habe sie gelernt, gross und konzeptionell zu denken. Das komme ihr nun entgegen, wenn sie Dossiers erstelle für aufwendigere Produktionen.



Tanz: Flamenco Laiencompagnie LaDina
Kostüme: Design by Luna
Foto: Nino Ubezio



Tanz: Flamenco LaDina
Kostüm: Design by Luna,
Foto: Katja Sägeser

«Ich sehe den Kredit als Verpflichtung, mit harter Arbeit dafür zu sorgen, dass es gut kommt mit meiner Einzelfirma.»

Überhaupt ist Bucher heute mindestens so sehr Managerin wie Tänzerin. Viel Zeit verbringt sie am Computer, um neue Produktionen zu planen, derzeit zum Beispiel die dritte Durchführung des Flamencofestivals, das in der letzten Novemberwoche andalusische Kultur in Zürichs Altstadt bringen wird. Bei den ersten beiden Durchführungen wurde das Festival primär von privaten Gönnern und dem Enthusiasmus der Flamencoliebhaber getragen, nun will Bucher zusätzliche Sponsoren gewinnen und so das finanzielle Risiko reduzieren. Die Organisation von Anlässen bleibt der unberechenbarste Teil ihrer Arbeit. Wenn sie als Tänzerin in Produktionen mitwirkt, hat sie eine fixe Gage. Das finanziell solideste Standbein ist aber der Unterricht. Bucher ist als Tanzlehrerin in der halben Schweiz

unterwegs, unterrichtet in Zürich, Winterthur, Schaffhausen und Bern Kinder, Erwachsene und Senioren. Zu Beginn der Selbstständigkeit waren es 10 Schülerinnen und Schüler, nach zwei Jahren schon 50 und seit den Sommerferien sind es deren 70. «Dank den Workshops und Kursen sind die finanziellen Schwankungen kleiner geworden», sagt Bucher. Dass sie trotz viel Abend- und Wochenendarbeit 3000 bis 4000 Franken im Monat verdient, stört sie nicht. Sie brauche keinen materiellen Luxus, sagt die Tänzerin, ihr Luxus sei, dass sie ihren Traum lebe und mithelfen könne, dass die kleine Flamencofamilie in der Schweiz wachse und sich regelmässig austausche.

In ihrer Masterarbeit will Ladina Bucher die Flamencogeschichte in der Schweiz weiter erforschen. Die Szene sei klein und kaum organisiert, sagt sie, es gebe etwas mehr als ein Dutzend Berufstänzerinnen, genau wisse sie es selber nicht. Bucher schwebt vor, alle Kursangebote und Veranstaltungen zu sammeln und auf einer Website zu publizieren und so einen stets aktuellen Kalender für Flamencoliebhaber zu schaffen. Zu diesem Zweck will sie die Kontakte zu bekannten Tänzerinnen wie Nina Corti oder Brigitta Luisa Merki intensivieren und die Geschichte des Flamencos in der Schweiz dokumentieren. Übertriebenen Respekt vor grossen Namen hat Bucher längst nicht mehr. Durchs Tanzen sei sie mutiger geworden, heute lasse sie sich primär von der Neugier leiten, sagt die 34-Jährige.

Den wichtigsten Traum hat sich Ladina Bucher mit dem Sprung in die Selbstständigkeit erfüllt. Zum wunschlosen Glück fehlt ihr nur noch eines: ein eigenes Tanzstudio mit Tageslicht. Derzeit tanzt sie meistens in gut isolierten Kellerräumen, weil in normalen Gebäuden die Wände zu sehr vibrieren von der Musik, den Zwischenrufen und vom Wirbeln der Schuhe.

Fakten

Rechtsform	Einzelfirma
Gründungsjahr	2017
Höchste Ausbildung	Bachelor Universität Bern, Eidg. Diplom. Naturheilpraktikerin
Prognostizierter Umsatz 2019	ca. CHF 50'000.–
Anzahl MA / Prozente	1 / 100%
GO! Mikrokredit	CHF 7000.– im Jahr 2017
Alter bei Kreditvergabe	33
Website	ladinabucher.com



«Egal, wie genau man die Dinge plant und budgetiert, oft hält die Realität ihre eigenen Überraschungen bereit.»

Unternehmervirus, hielt sie es nicht mehr aus auf der Bank und kündigte schon wenige Wochen später. Die Kollegen auf der Bank dachten, sie werde den Schritt bald bereuen und zurückkehren, sobald das Geld aufgebraucht sei. Ihre Freunde gaben zu bedenken, im Sommer wolle kein Mensch heisse Nudelsuppe essen. Doch Homberger hatte buchstäblich ein gutes Bauchgefühl beim Gedanken an ihr Projekt und liess sich nicht beirren. Sie absolvierte an einer Fernschule einen Kurs für Gastronomie-Einsteiger, recherchierte im Internet, wie man einen Businessplan schreibt, und wurde dabei auch auf den Verein GO! aufmerksam, der Kleinkredite vergibt. Ebenfalls übers Internet fand sie einen Foodtruck, einen Oldtimer mit Jahrgang 1980, den ihr jemand aus Deutschland verkaufte.

zu bezahlen, am Samstag, um die Materialkosten reinzuholen, erst am dritten Tag kann ich Geld verdienen», rechnet Homberger vor und ergänzt, dass es 2019 kaum je drei Tage am Stück sonnig war. Bei besserem Wetter hätte sie in diesem Jahr Gewinn erzielt und sich 1500 Franken Lohn pro Monat auszahlen können, wie es im Businessplan steht – so muss dieses Ziel auf 2020 verschoben werden.

In den Folgewochen und -monaten lernte Homberger die Schattenseiten des Unternehmertums kennen. Egal, wie genau man die Dinge plant und budgetiert, oft hält die Realität ihre eigenen Überraschungen bereit. Konkret bedeutete das im Fall von Homberger, dass der schöne neue Foodtruck erst mit einem Jahr Verspätung in die Schweiz importiert werden konnte. Im ersten Betriebsjahr musste deshalb mit gemietetem Auto und Zelt improvisiert werden. Doch 2018 ging es richtig los, bei prächtigem Sommerwetter und mit launischem Auto. «Unser Oldtimer war zwar ein Blickfang, aber nach zwei, drei Fahrten mussten wir ihn wieder in den Service bringen», sagt Homberger und kichert. Deswegen gab sie den Plan, an guten Standorten Mittagessen anzubieten, rasch wieder auf und konzentriert sich auf die mehrtägigen Stadtfeste und Foodfestivals.

Optimistisch stimmt Homberger, dass ihre Nudelsuppe in der Schweiz sehr gut aufgenommen worden ist. «Es gibt Kunden, die meinem Foodtruck hinterher-



reisen, so sehr mögen sie das Essen.» Und andere würden beim Essen von ihren letzten Thailandferien schwärmen. Dank der vielen schönen Kundenrückmeldungen sieht sich Homberger in ihrem Plan bestärkt. Für 2020 will sie das Angebot um weitere Nudelgerichte ergänzen, die Anlässe, an denen sie einen Stand bucht, noch sorgfältiger auswählen und auf möglichst gutes Wetter hoffen, damit sie ihren Mann nicht mehr länger um den einen oder anderen kleinen Zustupf bitten muss.

Die Bankerin, die im Foodtruck Nudelsuppe verkauft.

Als Yaowaret Homberger die Schweiz besuchte, mochte sie fast alles – nur das thailändische Essen fehlte ihr. So entschied sie sich, ihren Bankjob zu kündigen, um mit einem Oldtimer an Festivals zu reisen und Nudelsuppe anzubieten.

Nach dem Uniabschluss in Thailand besuchte Yaowaret Homberger ihre Schwester in der Schweiz. Sie absolvierte einen Deutschkurs, verliebte sich, heiratete ihren heutigen Mann und verkaufte am Flughafen Kloten Fischbrötchen, weil ihr Abschluss in Banking & Finance in der Schweiz nicht anerkannt war. Nach drei Jahren klappte es dann doch mit einer Stelle in der Rechtsabteilung einer der beiden Grossbanken. Zwölf Jahre lang war Homberger dort in verschiedenen Funktionen tätig, und wenn ihr etwas fehlte, dann höchstens das Essen aus ihrer Heimat. Was in Restaurants als Thai-Food angeboten wurde, hatte so gar nichts zu tun mit dem Essen, das sie kannte und liebte.

«Wir essen fast nie grünes oder rotes Curry, aber sehr oft Nudelsuppe», erklärt die 41-Jährige.

Ein eigenes Restaurant zu eröffnen, traute sich Homberger nicht zu. Aber als sie gegen Ende 2015 eine Auszeit nahm und mit ihrem Mann Australien und Thailand bereiste, fielen ihr die vielen Foodtrucks auf, Verkaufsläden auf Rädern, die gutes Essen anboten zu einem Bruchteil der Restaurantpreise. Im Frühling 2016 kehrte sie zurück mit dem Vorsatz, noch ein halbes Jahr bei der Bank zu arbeiten und dann ein eigenes Foodtruck-Unternehmen zu lancieren und thailändische Nudelsuppe anzubieten. Doch angesteckt vom

Ihre Bilanz im dritten Betriebsjahr fällt zwiespältig aus. In den Sommermonaten ist sie praktisch jedes Wochenende unterwegs, am Züri-Fäscht, am Streetfood-Festival, am «Stars in Town» in Schaffhausen und an vielen kleineren Veranstaltungen. Die Tage sind lang, der Job körperlich und mental anstrengend. Ob die Rechnung am Ende aufgeht, hängt von vielen externen Faktoren ab, primär vom Wetter und auch davon, ob andere gratis Essen anbieten. So oder so sind die Kosten für die Standmiete im Voraus fällig, 1000 bis 2000 Franken pro Standplatz und Weekend, was bei vielen Events den Kontostand gefährlich gegen null absenken kann. «Am Freitag arbeite ich, um die Standkosten

Fakten	
Rechtsform	Einzelfirma
Gründungsjahr	2017
Höchste Ausbildung	Bachelor of Business Administration
Prognostizierter Umsatz 2019	ca. CHF 75'000.–
Anzahl MA / Prozente	3 / 100%
GO! Mikrokredit	CHF 30'000.– im Jahr 2017
Eigenmittel	CHF 30'000.–
Alter bei Kreditvergabe	39
Website	thai-moving-noodles.ch

Soll niemand sagen, man lerne in der Schule nichts fürs Leben! Als Coiffeurlehrling Marco Natali seiner Berufsschullehrerin anvertraute, er wolle später auch unterrichten, entgegnete diese: «Mach besser dein eigenes Ding! Als Lehrer würdest du ver-zweifeln, wenn einer wie du im Unterricht sitzt.» Marco Natali hatte schon in jungen Jahren seinen eigenen Kopf. Während andere noch brav ihr Handwerk mit Kamm und Schere lernten, forderte er seinen Chef im Wochentakt mit neuen Ideen heraus. So drängte er vor zehn Jahren im Lehrbetrieb darauf, mehr für die männliche Kundschaft zu machen und eine spezielle Bartpflege anzubieten. Sein Vorgesetzter hörte sich die Ideen an, ohne etwas davon umzusetzen. Sich anzupassen und Dienst nach Vorschrift zu leisten, entsprach aber nicht Natalis Temperament. Lieber wollte er sich selbstständig machen und seine Ideen auf eigene Rechnung umsetzen. Es gab allerdings zwei Probleme: Der 21-jährige Italiener hatte weder Räumlichkeiten noch eigenes Geld. Und natürlich fanden alle, denen er von seinem Plan erzählte, Coiffeursalons gebe es schon genug.

Wer den 28-Jährigen in seinem Salon «Marco Il Figaro & Barbieri» an der Zürcher Schiffflände unweit des Hechtplatzes besucht, versteht sofort, warum er wenig Gedanken an die Konkurrenz verschwendet hat vor dem Start. Der Boden, die Wanddekoration, die Lampen, die Coiffeurstühle und die eingebaute Bar – das findet man so in keinem anderen Coiffeurgeschäft. Und auch der Patron selber ist ein Unikat: Tattoos am ganzen Körper, eine grosse, blau getönte Sonnenbrille im feinen Gesicht, das lange Haupt- und das Barthaar sorgfältig gepflegt und gekämmt.

Dank Unterstützung von Familie und Freunden gelang der Start. Natalis Mutter, die sich selber mit 20 Jahren als Kosmetikerin selbstständig gemacht hatte, bot ihm an, einen ihrer zwei Räume nutzen zu können für sein Coiffeurgeschäft. Für Umbau und Einrichtung nahm er bei einem Kollegen, der Unternehmer unterstützt, ein Darlehen über 35000 Franken auf, zusätzliche 14500 Franken kamen vom Mikrokredit-Anbieter GO!, der beeindruckt war vom Elan seines jüngsten Kreditnehmers. Das Geld reichte zur Anschaffung von Arbeitsutensilien, einer Cuvette fürs Haarewaschen, Flyern, Website und für Grafikausgaben. Viele Einrichtungsarbeiten verrichtete Natali selber, so sparte er Geld und konnte dem Salon seine eigene Handschrift

«Keine Excel-Tabelle listet dir die Fehler auf.»

Schon mit 21 Jahren hat Marco Natali ein eigenes Coiffeurgeschäft eröffnet. Mangels eigener Ersparnisse musste er Freunde und andere Geldgeber von seiner Idee überzeugen. Entstanden ist ein Salon, wie es wohl keinen zweiten gibt in der Schweiz.

verleihen. Und weil er in der Zürcher Musikszene gut vernetzt war und als DJ in Clubs und Bars auflegte, erreichte er viele Leute, die gerne vorbeischaute in seinem Salon.

Leicht war der Anfang trotzdem nicht. Wirklich geschaffert habe man es erst, wenn man fünf Jahre überlebt habe und profitabel sei, hatte ihm seine Berufsschullehrerin gesagt. Natali war überzeugt, schon nach drei Jahren so weit zu sein. «Es ging genau fünf Jahre, bis ich über den Berg war», sagt er und grinst. «Keine Excel-Tabelle listet dir all die Fehler auf, die man in den ersten Jahren macht.» So setzte er die Preise zu tief an, um Kundschaft anzuziehen, zahlte seinen Angestellten zu hohe Löhne, sich selber aber gar keinen, liess sich zu Aktionen auf Schnäppchenportalen überreden... Das alles kostete Geld und Nerven. Zum Glück fand er nach einiger Zeit einen erfahrenen Buchhalter, der stets das Gesamtbild im Auge behielt. Und eines machte Natali von Anfang an richtig: «Ich investierte in die Beziehung zu den Kunden und verkaufte ihnen nichts, was sie nicht brauchen. Das zahlt sich nun aus.»

«Ich investierte in die Beziehung zu den Kunden und verkaufte ihnen nichts, was sie nicht brauchen. Das zahlt sich nun aus.»

Kein Wunder, bedient Natali fast ausschliesslich Stammkunden. Seit gut drei Jahren betreibt er zwei Salons an gleicher Adresse, einen für die weibliche, einen für die männliche Kundschaft, die drei Viertel zum Gesamtumsatz beisteuert. Dass er für die Einrichtung des zweiten Salons nochmals 39 000 Franken bei GO! aufgenommen hatte, erfuhr der Buchhalter zu seinem Schrecken erst im Nachhinein – bis heute hält sich Natali nicht immer an die Logik der Excel-Tabellen. Und parallel zum Tagesgeschäft und zum Ausbau entwickelte der Unternehmer eine eigene Produktlinie für Coiffeure und Barbieri. Denn das Geschäft mit der Bartpflege läuft seit Jahren gut, auch wenn das Natali vor zehn Jahren niemand glauben wollte. «Früher lies-



sen sich die Männer am Bahnhof noch den Bart machen für zwei Franken», sagt Natali, «nun entdecken viele wieder das Bedürfnis nach einer Auszeit und sorgfältiger Haar- und Bartpflege.» Konsequenterweise haben die Frauen zum Männersalon keinen Zutritt – und umgekehrt gilt das auch. Natali pflegt nicht nur selber einen persönlichen Stil, er will auch seinen Kundinnen und Kunden dazu verhelfen.

Manchmal liebäugelt der 28-Jährige damit, noch ein Geschäft in London zu eröffnen. Informiert hat er sich schon, aber er möchte nicht vom Barbier zum Vollzeitmanager werden, dafür liebt er seinen Beruf zu sehr. Er könne sich gut vorstellen, noch als 70-Jähriger seine Stammkunden zu bedienen, sagt Natali, und eigentlich wolle er erst einmal lernen, weniger zu arbeiten, bevor er sich auf neue unternehmerische Abenteuer einlasse. Es sei gefährlich, wenn man sich einrede, 80 bis 90 Stunden pro Woche seien normal. «Am Anfang macht man alles, um die eigene Existenz aufzubauen. So vernachlässigt man das soziale Umfeld und irgendwann wird die Arbeit zu deinem besten Freund.» Deshalb sei es wichtig, das Neinsagen und das Entspannen zu lernen, nicht immer unter Strom zu sein und sich selber auch einmal etwas Schönes zu gönnen.

Fakten	
Rechtsform	Einzelfirma
Gründungsjahr	2012
Höchste Ausbildung	Coiffeurlehre
Prognostizierter Umsatz 2019	keine Angabe
Anzahl MA / Prozente	3 / 300%
GO! Mikrokredit	CHF 14 500.– im Jahr 2012 CHF 39 000.– im Jahr 2015
Eigenmittel	Keine
Alter bei Kreditvergabe	21
Website	marcofigaro.com



Wie ein Abfallprodukt eine Region zum Erblühen brachte.

Noch vor drei Jahren hatte Benjamin Kuschnik keine Ahnung vom Produkt, das er heute vertreibt. Doch der Kakaofrucht-Saft ist dem Unternehmer rasch ans Herz gewachsen. Er kann damit die Lebensbedingungen ghanaischer Kleinbauern markant verbessern.

Nein, mit der Kakaofrucht hatte er eigentlich nichts am Hut. Bevor er Unternehmer wurde, kümmerte sich Benjamin Kuschnik um die Finanzierung von Solarprojekten für Industriekunden. Bei seiner Tätigkeit in Afrika wurde er sensibilisiert für die schwierige Situation der Bevölkerung auf dem Land. Egal, aus welcher Energiequelle der Strom für Handys, Klimaanlage und Fernsehgeräte stammte, die Bauern konnten sich den Stromkonsum nicht leisten. In Ghana führten Kuschnik und sein Team deshalb Pilotprojekte mit Kakaobauern durch und versuchten, die Produktivität der Bauern dank Solarenergie zu erhöhen, statt ihren Stromkonsum anzukurbeln – mit überschaubarem Erfolg. Eines Tages lernten Kuschnik und sein Arbeitskollege Anian Schreiber den Ghanaer Michael Acquah kennen, der früher als Kindersklave auf Kakaoplantagen gearbeitet hatte und später die versäumte Schulbildung nachgeholt

und einen Dokortitel erworben hatte. Von ihm erfuhren sie, dass es jammerschade sei, nur die Kakaobohnen zu verwerten und den Rest der Frucht wegzuworfen. So gehe zum Beispiel der wertvolle Kakaofrucht-Saft verloren. Man würde diesen besser sammeln und als Spezialität verkaufen.

«Für Projekte unter 10 Millionen Franken interessiert sich die Kakaoindustrie in der Regel nicht.»

Benjamin Kuschnik und Anian Schreiber erkannten sofort das unternehmerische Potenzial in Acquaahs Idee. Aber sie ahnten auch, wie schwierig es würde, einen temperaturempfindlichen Rohstoff, der dezentral geerntet und verarbeitet werden musste, in ein stabiles Lebensmittel zu transformieren und in der Schweiz zu verkaufen – mit dem zusätzlichen Handicap, dass hier niemand wusste, was Kakaofrucht-Saft ist. Klar war, dass nicht mit Hilfe der Kakaoindustrie zu rechnen war. «Für Projekte unter 10 Millionen Franken interessieren die sich in der Regel nicht», weiss Kuschnik aus Erfahrung. Also machten sich der ghanaische Kakaokenner und die zwei deutschen Betriebswirte selber an die Arbeit, schrieben Businesspläne und schulten die Kakaobauern darin, wie direkt nach der Ernte der Saft aus dem Gemisch von Fruchtfleisch und Bohnen schonend und hygienisch herausgepresst werden konnte.



Mit Businessplänen kannten sich Kuschnik und Schreiber aus, doch mit dem Lebensmittelgeschäft waren sie ebenso wenig vertraut wie mit der Aufgabe, eine zentrale Fabrik zu bauen, wo der Saft, der mit einem solargekühlten Wagen von den zerstreuten Dschungelfarmen angeliefert wurde, verarbeitet werden konnte. Entsprechend viel gab es in den ersten Monaten zu lernen über Filterverfahren, Pasteurisierung, Abfüllung, Kühlung, Verpackung, Luft- und Seefracht samt all den Export- und Importbestimmungen und schliesslich den Vertrieb in Europa. Doch das Pilotprojekt, das die beiden nebenberuflich realisierten, verlief so ermutigend, dass sie im Sommer 2017 mit Acquaah die eigene Firma in der Schweiz und eine Niederlassung in Ghana gründeten und ihrem Produkt den Namen Koa-Saft gaben.

In Europa verkauften sie den Koa-Saft nicht direkt an Konsumenten, sondern an Restaurants und Hotels mit gehobenem Gastronomieangebot. Dort wird der Saft nicht nur als Getränk ausgeschenkt, sondern wegen der ausgeprägten Süsse und Fruchtsäure auch in der Küche eingesetzt. Laut Matthias Göhler, der für den Vertrieb zuständig ist, gehören bereits etliche Gault-Millau-Restaurants zum Kundenkreis. Neuerdings ist auch der



Schokolade-Hersteller Felchlin an Bord, denn der Koa-Saft wird auch von Konditoreien als Geschmacksträger und Zuckerersatz geschätzt.

Seit Anfang 2019 arbeitet Kuschnik Vollzeit für das von ihm mitgegründete Start-up. Er verdient noch einen Bruchteil des früheren Gehalts, hat sich günstig mit den Kollegen in den Coworking-Bürosräumen des Citizen Space im Kreis 5 in Zürich eingemietet. Nüchtern gibt er dort Auskunft über die unternehmerischen Herausforderungen, Chancen und Risiken des Geschäftsmodells. Erst auf Nachfrage erzählt er, weshalb er die langen Arbeitstage und vielen Rückschläge in Kauf nimmt, statt einen gut bezahlten Job ohne viel Stress zu machen.

«Was uns antreibt, ist die Möglichkeit, das Leben von Hunderten von Bauernfamilien in Ghana substanziell zu verändern. Mit dem klassischen Kakaogeschäft haben die Bauern keine Chance, ihre Situation zu verbessern, sie sind das schwächste Glied in der Wertschöpfungskette.» Durch die Verarbeitung des neuen Produkts hingegen könnten sie im gleichen Arbeitsschritt eine zweite Einkommensquelle erschliessen. Zudem würde die Infrastruktur auf dem Land dank Mikroindustrialisierung verbessert, entstünden in strukturschwachen Regionen neue Jobs.

Jeder Angestellte hier in Zürich sei mehrmals pro Jahr in Ghana und sehe mit eigenen Augen, wie sich die Lebensbedingungen der Partner vor Ort verbesserten, sagt Kuschnik. Dieser «Social Impact» sei ein unglaublich starker Antrieb, weit befriedigender, als in einem Grossbetrieb wie ein Rädchen zu funktionieren und monatlich einen fünfstelligen Betrag überwiesen zu erhalten, ohne genau zu wissen, wofür eigentlich. Kuschnik wünscht sich, dass es noch wesentlich mehr Unternehmen wie ihr Start-up gäbe, die Gutes tun auf wirtschaftlich gesunder Basis. Das sei eine wichtige Ergänzung zu den NGOs, die nicht auf Rentabilität achten müssen, und den Corporate-Social-Responsibility-Programmen der Konzerne, bei denen der Marketinggedanke dominiere.

Mit der Entwicklung des eigenen Unternehmens im ersten Jahr ist

Finanzchef Kuschnik zufrieden, auch wenn alles mehr Zeit brauche als erhofft. Diesen Herbst sollen in der viermonatigen Erntephase 50 Tonnen Saft von 1000 Bauern produziert werden. Dank der finanziellen Unterstützung diverser staatlicher Förderprogramme und einem Darlehen des Vereins GO! ist Kuschnik überzeugt, in zwei Jahren die Gewinnschwelle erreichen zu können. Dann sollte sich auch die Arbeitszeit der

Gründer wieder normalisieren. Im Moment sprechen Schreiber, Kuschnik und Acquaah kaum über Freizeit, sondern höchstens von ihrer Work-Work-Balance.

«Was uns antreibt, ist die Möglichkeit, das Leben von Hunderten von Bauernfamilien in Ghana substanziell zu verändern.»

Fakten

Rechtsform	GmbH
Gründungsjahr	2017
Höchste Ausbildung	BWL-Studium
Prognostizierter Umsatz 2019	CHF 100 000.–
Anzahl MA / Prozenz	Schweiz: 6 / 450% Ghana: 32 / 7 Vollzeit + 25 Temporäre
GO! Mikrokredit	CHF 40 000.– im Jahr 2018
Eigenmittel	CHF 45 000.–
Alter bei Kreditvergabe	27
Website	koa-impact.com





«Am Tag vor der Geburt kam die Kreditzusage.»

Angelika Seifert (vorne) mit Mitarbeiterinnen

Hochschwanger stellte die Psychiatrie-Pflegefachfrau Angelina Seifert die Weichen für die Selbstständigkeit. Für die alleinerziehende Mutter war es die einzige Möglichkeit, Arbeit und Familie unter einen Hut zu bringen. Drei Jahre später beschäftigt sie zwölf Angestellte.

«Wer etwas will, findet Wege; wer etwas nicht will, findet Gründe» – damit lässt sich Angelina Seiferts Start in die Selbstständigkeit ganz gut zusammenfassen. Gründe zu finden, warum es nicht ideal ist, sich als alleinerziehende Mutter selbstständig zu machen, wäre einfach gewesen. Doch Seifert suchte nicht nach Gründen, sondern nach einem Weg. Sie wollte nach 18 Jahren Schichtbetrieb mit Nacht- und Wochenendeinsätzen in psychiatrischen Kliniken selber über ihre Arbeitszeit bestimmen, um ihre Mutterrolle wahrneh-

men zu können. Und sie wollte nach neun Jahren belastender Arbeit in der geschlossenen Abteilung der Psychiatrischen Universitätsklinik Zürich auch raus aus der stationären Betreuung.

So begann sie 2015, ein Jahr nach der Geburt ihrer Tochter, zusätzlich freiberuflich als Pflegefachfrau zu arbeiten. Das lief so gut an, dass sie ein halbes Jahr später ihre Festanstellung kündigte. «Die Krankenkassen streichen immer mehr Bettentage, aber die Men-

schen mit psychischen Erkrankungen werden deswegen nicht gesünder», sagt Seifert; deshalb habe die Nachfrage nach ambulanter psychiatrischer Pflege in den letzten Jahren stark zugenommen. Im Herbst 2015 wurde Seifert ein zweites Mal schwanger, und statt eine Vertretung zu suchen, um ihre Stammkunden nicht zu verlieren, entschied sie sich für die Flucht nach vorne: eine Firma zu gründen und Personal anzustellen. Was das im Detail bedeutete, erfuhr sie zum Glück erst nach und nach, sonst hätte sie sich womöglich entmutigen lassen. So nahm sie eine Herausforderung nach der anderen an, kümmerte sich um die Betriebsbewilligung, stellte diplomierte Pflegefachfrauen ein mit deutlich höheren Pensen, als sie Aufträge vorliegen hatte, fragte auf Anraten der Mutter beim Verein GO! um einen Gründerkredit an, schrieb einen Businessplan, schaffte sich ein Betriebssystem für die Einsatzplanung an, organisierte ein Geschäftsauto, druckte Flyer und gestaltete eine Website. Das Timing war eng, aber es ging gerade noch auf: Am 1. Juli 2016 traf die Betriebsbewilligung ein, am 8. Juli erhielt Seifert die Zusage für den Kredit über 15 000 Franken und am 9. Juli schenkte sie ihrem Sohn das Leben. «Meine Firma startete erst einmal ohne Geschäftsführerin», erinnert sich Seifert lachend, «aber ein paar Tage nach der Geburt habe ich mich dann auch eingeschaltet.»

So abenteuerlich der Start war, so solid und kontinuierlich ist die Psychosoziale Spitex der 39-Jährigen seither gewachsen. Seifert beschäftigt inzwischen ein Dutzend Mitarbeiterinnen und betreut nur noch eine Handvoll Klienten selber. Montag und Dienstag hat sie frei und viel Zeit für ihre Kinder. An den anderen Tagen organisiert sie die Betreuung mit einer Tagesmutter, ihrer Mutter und dem Ex-Mann. Alles kein Problem also? Richtig frei habe man eigentlich nie als Unternehmerin, schränkt Seifert ein, das Telefon klinge auch am Montag und am Dienstag und somit sei die Arbeit nie weit weg. Aber durch das Wachstum und dank den guten Mitarbeiterinnen habe sie es inzwischen selber in der Hand, wie viel sie delegiere. In diesem Jahr habe sie sich noch keine Sommerferien gegönnt, im nächsten Jahr soll das möglich sein.

Finanziell ging die Rechnung auf. Die Schulden sind abbezahlt, einen richtigen Lohn hat sich Seifert nach anfänglicher Gratisarbeit schon bald ausbezahlt, weil der Vermieter ihr sonst die Wohnung gekündigt hätte. Der finanzielle Druck und der Wunsch, rasch unabhängig zu werden, seien eine Extramotivation gewesen beim Aufbau der Firma, sagt Angelina Seifert. Nun will sie die Dienstleistung im Raum Dietikon, Baden,

Fricktal noch breiter bekannt machen, Ärzte, Klinikleiterinnen und Akteure der Sozialarbeit anschreiben und persönlich überzeugen und so dafür sorgen, dass ihre Mitarbeiterinnen die Arbeitspensen sukzessive erhöhen können. «Es macht schon einen Unterschied, ob man freiberuflich tätig und nur für sich verantwortlich ist oder ein Team beschäftigt», sagt Seifert, manchmal laste diese Verantwortung ganz schön schwer auf den Schultern. Hingegen sei es schön, den Weg gemeinsam zu gehen und im Team mehr zu erreichen, als sie es alleine könnte.

Zudem sieht Seifert täglich, wie wichtig die ambulante psychiatrische Pflege und Betreuung ist. Menschen, die an einer Depression erkrankt sind, unter Angststörungen leiden oder mit Suchtproblemen kämpfen, seien im Alltag nach einem Klinikaufenthalt oft überfordert. Schon die Aufgabe, einen Termin beim Arzt oder auf dem Sozialamt zu vereinbaren oder sich eine Mahlzeit zu kochen, könne sie überfordern. «Wir können ihnen mit wenigen Stunden pro Woche helfen, diese alltäglichen Dinge wieder in den Griff zu kriegen und tragfähige Strukturen aufzubauen», sagt Seifert. So könnten viele Klinikaufenthalte vermieden oder verkürzt werden.

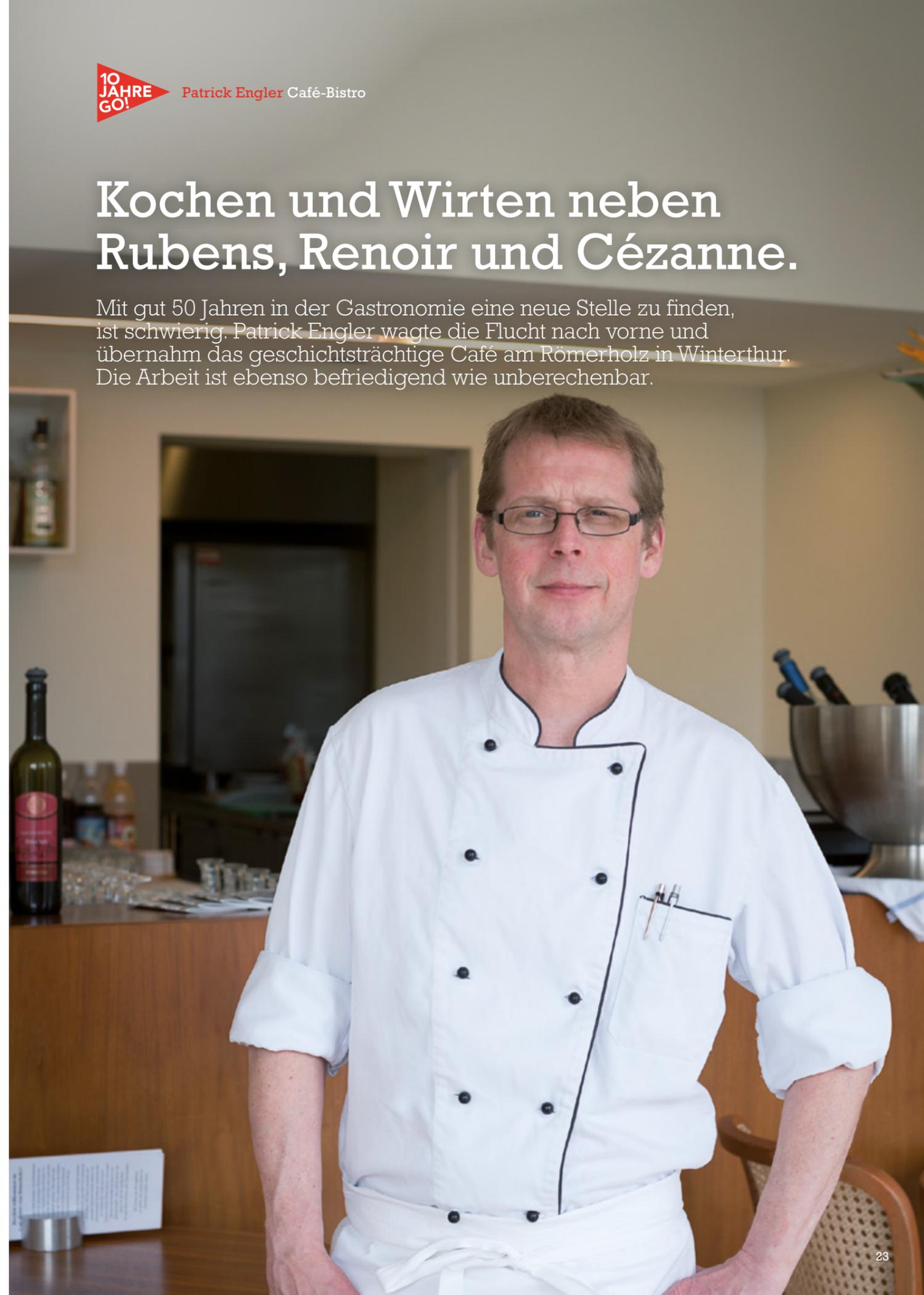
Sie habe durch die Firmengründung die Freude an ihrer Arbeit wiedergefunden, bilanziert Angelina Seifert. Ihr nächstes Ziel als Unternehmerin ist, das Telefon am Montag und am Dienstag nicht mehr ständig auf sich zu tragen. Dass die Firma auch ohne Geschäftsführerin funktioniert, hat sie ja schon in den ersten Tagen nach der Gründung erlebt.

Fakten

Rechtsform	GmbH
Gründungsjahr	2016 (als Einzelfirma)
Höchste Ausbildung	Pflegefachfrau DN2
Prognostizierter Umsatz 2019	ca. CHF 600 000.–
Anzahl MA / Prozente	12 / ca. 300%
GO! Mikrokredit	CHF 15 000.– im Jahr 2016
Eigenmittel	CHF 20 000.–
Alter bei Kreditvergabe	36
Website	psychosoziale-spitex.ch

Kochen und Wirten neben Rubens, Renoir und Cézanne.

Mit gut 50 Jahren in der Gastronomie eine neue Stelle zu finden, ist schwierig. Patrick Engler wagte die Flucht nach vorne und übernahm das geschichtsträchtige Café am Römerholz in Winterthur. Die Arbeit ist ebenso befriedigend wie unberechenbar.



Nein, einen roten Teppich legen sie einem nicht aus, wenn man sich als über 50-Jähriger bewirbt – schon gar nicht in der Gastronomie. Patrick Engler, gelernter Koch und erfahrener Küchenchef, las oft schon in den Stellenausschreibungen, dass es besser wäre, zwischen 25 und 35 Jahre jung zu sein. Und dort, wo das Alter zunächst kein Thema war, wurde es im Vorstellungsgespräch zum Handicap.

Engler war längere Zeit auf Stellensuche, nachdem das Hotel Loge in Winterthur den Restaurantbetrieb eingestellt und die sieben Angestellten entlassen hatte. Nach etwas mehr als einem Jahr mit unzähligen vergeblichen Bewerbungen erfuhr er von einem Kollegen, dass die Pacht des Café-Bistros «Am Römerholz» neu ausgeschrieben wurde. «Das ist meine Chance», habe er sofort gedacht, erzählt Engler. Als Küchenchef hatte er an früheren Stationen über die Einkaufsplanung hinaus auch Einblicke in die Betriebsführung gewonnen, zugetraut hat er sich die neue Aufgabe deshalb ohne Zögern. Seine Bank war da weniger zuversichtlich. «Bei Gastronomieprojekten winken die sofort ab», sagt Engler. Via Internetrecherche wurde er auf den Verein GO! aufmerksam, der nicht nur Kredite vergibt, sondern in Beratungsgesprächen auch hilft, ein realistisches Budget zu erstellen.

Dank diesen Vorarbeiten ging Engler mit gutem Gefühl zum Termin mit den Pachtgebern. Ein normales Restaurant ist das Café am Römerholz nicht: Es ist Teil eines besonderen Kunstmuseums, der Sammlung Oskar Reinhart, die bedeutende Gemälde des französischen Impressionismus vereint. Engler brauchte nicht nur grünes Licht von der Museumsleitung, sondern auch vom Bundesamt für Kultur in Bern, damit er als neuer Wirt loslegen konnte. Weil das Inventar dem Museum gehörte, konnte er einen Grossteil davon übernehmen. Eigenes Geld brauchte er für neue Küchengeräte, das Warenlager, die Getränke- und Speisekarten und die Website. 30 000 Franken erhielt er von GO! als Kredit, 10 000 Franken konnte er sich von einer Kollegin borgen.

Im dritten Betriebsjahr fühlt sich Engler wohl in seiner unternehmerischen Rolle. Der Anfang war allerdings hart. Zum einen, weil er als Küchenchef, Koch und Restaurantbetreiber in Personalunion agieren musste – sechs Tage pro Woche, am siebten blieb knapp Zeit für Büroarbeiten und Planung. Zum anderen, weil er sich in den für ihn neuen Rollen «wie in einer Vitrine ausgestellt» fühlte. Nicht nur die Museumsleitung habe ihm sehr genau auf die Finger geschaut,

auch die Kundschaft sei überdurchschnittlich anspruchsvoll an diesem besonderen Ort. Und in der «NZZ» erschien kurz nach Englers Start ein Artikel, der kein gutes Haar am neuen Pächter liess. Der Journalist sei am Sonntagabend kurz vor der Restaurantschliessung aufgetaucht und habe dann moniert, dass Fertigprodukte statt frisches Gebäck angeboten würden, sagt Engler. Das habe ihn besonders getroffen, da er alle Torten, Kuchen und Quiches selber backe; zum Glück habe die Stammkundschaft das von Anfang an geschätzt und seien auch die Bewertungen auf Trip Advisor und anderen Portalen gut.

Nach turbulentem Start laufe nun eigentlich alles nach Plan, bilanziert Engler. Seine Frau hilft im Service mit, weitere Aushilfen ergänzen das Team. Mit seinen Ferien hat er sich bisher danach gerichtet, wann das Museum geschlossen hat wegen Wartungsarbeiten oder Ausstellungswechseln. Überhaupt habe er gelernt, gelassen und flexibel zu sein, sagt der 52-Jährige. Manchmal sehe er von der Küche aus, dass ein Car anhalte und 40 Leute sich dem Café näherten. «Dann freut sich der Unternehmer in mir, und der Koch verwirft die Hände und wünscht sich, er hätte im Voraus davon erfahren.» Insgesamt geniesse er aber den Gestaltungsfreiraum, auch wenn es manchmal einfacher wäre, als Angestellter seinen Job zu machen und sich nicht um alles kümmern zu müssen. Für die Zukunft wünscht er sich, einen guten Stellvertreter zu finden, damit er und seine Frau auch mal nach eigenem Fahrplan Ferien machen können. Sobald der Kredit zurückbezahlt ist, sollte er mehr Spielraum dafür haben. Derzeit ist es gerade in den umsatzschwächeren Wintermonaten noch eine Herausforderung, alle Kosten inklusive eines bescheidenen Lohns für sich selber stemmen zu können.

Fakten	
Rechtsform	Einzelfirma
Gründungsjahr	2016
Höchste Ausbildung	Kochlehre
Prognostizierter Umsatz 2019	ca. CHF 250 000.–
Anzahl MA / Prozente	2 plus Aushilfen / 150%
GO! Mikrokredit	CHF 30 000.– im Jahr 2016
Alter bei Kreditvergabe	50
Website	cafe-amroemerholz.ch



10 JAHRE GO! Veronika Waldvogel Produzentin von Kochbananen-Chips

Karibikgenuss für Schweizer Chipsliebhaber.

Wie kommt eine Schweizer Finanzfachfrau auf die Idee, Chips aus Kochbananen zu produzieren? Veronika Waldvogel hatte gute Gründe, das Abenteuer zu wagen. Der Auftritt in der TV-Show «Höhle der Löwen» erwies sich für die Jungunternehmerin als Jackpot.

Und plötzlich lagen sie im Regal des Grossverteilers in Baden. «Kochbananen in der Schweiz?», wunderte sich Veronika Waldvogel und erinnerte sich an ihre Zeit in der Karibik. Zehn Jahre hat die Aargauerin auf der ostkaribischen Vulkaninsel St. Lucia verbracht, fünf Jahre davon im Hotel von Freunden mitgearbeitet. Kochbananen spielen in der karibischen Küche eine wichtige Rolle, in der Schweiz kannte sie damals kein Mensch. Sofort erinnerte sich Waldvogel an die Chips, die sie in der Karibik so gern gegessen hatte, und dachte: Warum sollte das nicht auch in der Schweiz funktionieren?

Waldvogel hatte der Gastronomie schon auf St. Lucia abgeschworen und sich zur Informatik-Allrounderin weitergebildet. Zurück in der Schweiz, war

sie für verschiedene Telekomunternehmen tätig, bildete sich zur Betriebsökonomin weiter, arbeitete als Controllerin und Business-Analystin für einen grossen Kabelnetzbetreiber. Immer wieder spielte sie in dieser Zeit mit dem Gedanken, sich eines Tages in der Karibik den Traum von der Selbstständigkeit zu erfüllen, aber «es fehlte immer am Geld oder am Mut oder an beidem». Und dann, als sich Waldvogel beruflich ohnehin gerade neu orientierte, kam die Karibik in Form der Kochbananen unverhofft in die Schweiz. Waldvogel begann noch am gleichen Tag zu recherchieren und fand heraus, dass hier niemand Kochbananenchips verkauft mit Ausnahme einiger kleiner asiatischer Foodshops.

So machte sie sich in der Küche an die Arbeit, schälte, schnitt, würzte und frittierte Kochbananen und

mochte schon ihre ersten eigenen Chips. Auch die Familienmitglieder, Freunde und Bekannten, denen sie ihre Chips anbot, reagierten positiv und bestärkten sie in der Idee, eine eigene Produktion aufzubauen. «Diese positive Resonanz ermutigte mich, aber Geld hatte ich immer noch keines», sagt Waldvogel und lacht. Der Plan, sich bei einer Bank einen Kredit zu besorgen, erwies sich als unrealistisch. Denn Banken mögen weder neue Geschäftsideen noch Kreditnehmer ohne finanzielle Sicherheiten wie Vermögen oder Hauseigentum. Waldvogel fand stattdessen in der engeren Familie Unterstützung und wurde via Internetrecherche auf den Verein GO! aufmerksam, der ihr nicht nur Geld lieh, sondern auch half, das unternehmerische Risiko zu kalkulieren.

Seit der Gründung ihrer GmbH im Sommer 2018 arbeitet Waldvogel Teilzeit als Buchhalterin und baut parallel dazu ihr Unternehmen auf. Sie schaffte sich einen kleinen Maschinenpark an, eine Schäl- und Schneidemaschine, eine Fritteuse, einen Gewürzmischer, einen Entöler und eine Verpackungsmaschine. Für die Produktion mietete sie sich bei einer Metzgerei in einen leer stehenden Ladenteil ein. Und wenn immer möglich, war sie unterwegs, um auf Märkten oder in Läden die Werbetrommel für das tropische Genussprodukt zu rühren. «Anfangs brauchte ich viel Geduld, aber zum Glück gab es immer wieder kleine Erfolgserlebnisse», erinnert sich Waldvogel. Sie denkt zum Beispiel an den Moment, als sie es unter dem Label «Feines aus dem Dorf» ins Sortiment einiger Volg-Filialen in der Region schaffte.

Und dann kam das, was Waldvogel «den Jackpot» nennt. Sie erfuhr, dass die deutsche TV-Show «Höhle der Löwen» eine Schweizer Ausgabe plante, bewarb sich und schaffte es im Sommer 2019 in die Sendung. Logistikunternehmer Roland Brack, einer der Juroren, mochte die Chips ebenso wie die Energie der Gründerin, beteiligte sich an ihrem Unternehmen und nahm das Produkt «BanChips» in sein Online-Sortiment auf. Laut Waldvogel hat sich der Umsatz durch die TV-Präsenz und den Schub des Verkaufskanals brack.ch



innert kürzester Zeit verdoppelt, zudem klopften weitere renommierte Händler wie Jelmoli an. Waldvogel nutzte die Gunst der Stunde, liess Kartondisplays mit dem «Höhle der Löwen»-Logo produzieren und kurbelte so den Absatz bei den rund 30 Verkaufspartnern zusätzlich an.

«Banken mögen weder neue Geschäftsideen noch Kreditnehmer ohne finanzielle Sicherheiten.»

Die Unternehmerin hofft, dank diesem Schub nun ein «solides KMU aufziehen» zu können, das nicht nur ihr, sondern auch weiterem Personal Lohn zahlen kann. Einfach wird das auch mit prominenter Unterstützung nicht, da macht sich Waldvogel keine Illusionen. «Lebensmittel zu produzieren, bleibt ein Knochenjob, bei dem man immer auf Rückschläge gefasst sein muss.» So habe sich zum Beispiel die teure Schälmaschine, die sie angeschafft habe, für ihre Kochbananen als komplett ungeeignet erwiesen. Doch trotz allen Unwägbarkeiten und Risiken möchte sie das Privileg der Unternehmerin, eigenständig über die nächsten Schritte entscheiden zu können, nicht mehr hergeben.

Fakten

Rechtsform	GmbH
Gründungsdatum	2018
Höchste Ausbildung	dipl. Betriebswirtschafterin HF
Prognostizierter Umsatz 2019	ca. CHF 80'000.–
Anzahl MA / Prozente	1 plus 2 Aushilfen / 50%
GO! Mikrokredit	CHF 40'000.– im Jahr 2018
Eigenmittel	keine Angaben
Alter bei Kreditvergabe	50
Website	swisschips.ch

«Dann sind die Kinder kaum zu stoppen.»

Über die Schule schimpfen ist einfach, eine eigene Schule gründen dagegen eine grosse Herausforderung. Musikerin Genevieve Camenisch wurde zur Unternehmerin und Schulleiterin, weil sie nicht wollte, dass die Kinder die Freude am Lernen verlieren.



Seit 20 Jahren gibt Genevieve Camenisch in der Schweiz Geigenunterricht. Was sie bei der Arbeit mit Kindern beobachtete, machte ihr zunehmend zu schaffen. «Die ganz Kleinen kamen mit leuchtenden Augen und viel Spielfreude in den Unterricht», sagt Camenisch, «doch je älter sie wurden, desto mehr warteten sie auf Anweisungen und versuchten primär, keine Fehler zu machen.» Wie kann es sein, dass die Kinder in jungen Jahren zu braven Pflichterfüllern werden, die unter

Stress stehen und befürchten, nicht gut genug zu sein? Diese Frage ging Camenisch nicht mehr aus dem Kopf, und der Verdacht lag nahe, dass eine Ursache in den Klassenzimmern der Schulen zu finden war.

Um das schweizerische Bildungswesen besser kennenzulernen, absolvierte die gebürtige Amerikanerin und heutige Doppelbürgerin an der Pädagogischen Hochschule Zürich die Schulleiteraus-



bildung; doch ihre Idee, später eine Musikschule zu leiten, nahm rasch andere Formen an – auch weil Camenisch zu Beginn der Ausbildung einem Buben und am letzten Ausbildungstag einem Mädchen das Leben schenkte. Die junge Mutter wollte auf keinen Fall, dass ihre eigenen Kinder die Freude am Lernen verlieren, sie fand aber keine Schule im Kanton Zürich, die den Kindern viel Freiraum liess und sie nicht in ein Korsett aus fixen Lektionen, vielen Prüfungen und entsprechend hohem Notendruck zwängte. Und so konkretisierte sich eine Idee, die schon während der Weiterbildung gereift war: Warum nicht eine eigene Schule gründen?

Camenisch nutzte die Zeit, die sie der kleinen Kinder wegen vorwiegend zu Hause verbrachte, um Bücher darüber zu lesen, wie Schulen auch funktionieren könnten. Sie fand ein paar Beispiele in der Schweiz, Lernorte, die ohne eng getakteten Frontalunterricht auskamen, wie die Villa Monte in Galgenen oder die Arco Schule in Säriswil bei Bern. Camenisch wollte es genau wissen, besuchte die Schulen, redete mit Lehrkräften und Absolventen, sah viel Ermutigendes und schrieb schliesslich ein Konzept für eine eigene Schule: Dorfschule21 sollte diese heissen, in Anlehnung an das afrikanische Sprichwort, dass es ein ganzes Dorf braucht, um ein Kind zu erziehen. Doch zuerst einmal brauchte die Schulgründerin vor allem Räumlichkeiten und Geld für den Start.

Bei ihrer Bank teilte man der Gründerin mit, so kleine, unsichere Projekte finanziere man nicht, aber sie solle es doch beim Verein GO! Mikrokredite versuchen. Dort erhielt Camenisch schliesslich nicht nur einen Kredit über 40000 Franken, sondern auch wertvolle Beratung. «Ich wusste als Musikerin zwar, was Selbstständigkeit bedeutet, aber ich hatte keine Ahnung, worauf ich achten muss, wenn ich als Arbeitgeberin Leute einstelle», erinnert sich die 40-Jährige. Hätte sie alle Details selber recherchieren müssen, wäre sie kaum bis zur Startlinie gekommen, so aber hatte sie nach drei Beratungsstunden bei GO! die Grundlagen für einen Businessplan für die Schule und ein privates Budget beisammen. Im Herbst 2016 erhielt Camenisch den Kredit, im August 2017 nahm die Dorfschule21 in der Nähe des Bahnhofs Altstetten mit sieben Kindern ihren Betrieb auf.



Zwei Jahre später sind 13 Kinder eingeschrieben, sieben weniger, als im Businessplan vorgesehen. «Alles braucht mehr Zeit und Geld, als man im Voraus denkt» – diese Gründererfahrung hat auch Camenisch gemacht. Speziell in der Vorbereitungsphase habe sie das Gefühl gehabt, das geliehene Geld riesle ihr einfach so durch die Hände: Werbung, Materialanschaffungen, Bewilligungsverfahren, die IT für die Website und das Schulsystem – all das kostete

Geld «und auch zahlreiche schlaflose Nächte». Umso schöner war es, dass sie Eltern fand, die bereit waren, 1400 bis 1800 Franken pro Monat zu zahlen für eine Schule, die man damals noch gar nicht besichtigen konnte. «Über diesen Vertrauensvorschuss staune ich bis heute», sagt Camenisch, das habe ihr Kraft gegeben für viele Extrastunden Arbeit.

Ökonomisch fällt die Bilanz nach zwei Jahren durchgezogen aus. Die Schule funktioniert, die Angestellten erhalten einen Lohn und Camenisch weiss, dass sie den Kredit planmässig wird abbezahlen können; doch sich selber zahlt die Schulleiterin noch keinen Lohn aus, obwohl sie nebst Konzertauftritten und Unterrichtsstunden als Musikerin mindestens 40 Wochenstunden für die Schule arbeitet. Ihr Mann, ebenfalls Musiker und Studiengangleiter an der Hochschule der Künste Bern, trägt das Projekt mit – finanziell und mit einem offenen Ohr. Camenisch nimmt es in Kauf, dass ihr Lohn als Schulleiterin vorläufig rein ideeller Natur ist. «Das Schönste ist, täglich zu sehen, mit welcher Freude sich die Kinder neue Themen erschliessen», sagt die Unternehmerin.

Die Lehrkräfte und Lernbegleiter unterrichten an der Dorfschule keine Fächer im Lektionenrhythmus, sondern «sie geben Impulse und sind mit den Kindern im Dialog». Die Kinder entscheiden laut Camenisch selber, was sie interessiert, was sie wann lernen wollen. Dadurch sind sie motiviert und weder unter- noch überfordert. Die Befürchtung, dass sich manche Kinder auf diesem Weg gar keine Mathematikkenntnisse aneignen, sei unbegründet. In den letzten vier Wochen vor den Sommerferien haben die Kinder zum Beispiel einen Flohmarkt organisiert und dann selber entschieden, was mit den Einnahmen geschieht – eine gute Übung in angewandter Mathematik. «Es braucht keinen Druck», bilanziert Camenisch, «Kinder wollen lernen und bringen unglaublich viele Fragen mit. Wenn man ihnen einen guten Rahmen anbietet und sie in ihrer Neugier unterstützt, dann sind sie kaum zu stoppen.»

«Nach drei Beratungsstunden bei GO! hatte ich die Grundlagen für einen Businessplan für die Schule beisammen.»

Jedenfalls macht sich die Schulleiterin keine Sorgen, die Anforderungen des Lehrplans 21 nicht erfüllen zu können, sie hat vielmehr das Gefühl, sie werde diese «meilenweit übertreffen», gerade weil der Weg zum Ziel ein ganz anderer ist als an den öffentlichen Schulen. Ein bis zwei Halbtage pro Woche verbringen die Schülerinnen und Schüler mit einem Waldpädagogen in der freien Natur, am Mittwoch ist für alle schulfrei, damit neue Eindrücke verarbeitet werden können und der Umgang mit freier Zeit geübt werden kann. «Viele Kinder haben heute einen Terminkalender wie Manager», sagt Camenisch, «bei uns sollen sie genug Zeit haben, um herauszufinden, wer sie sind und was sie im Leben tun wollen.»



Fakten

Rechtsform	GmbH
Gründungsjahr	2017
Höchste Ausbildung	Musikhochschuldiplom Schulleiterin PH Zürich
Prognostizierter Umsatz 2019	CHF 200 000.–
Anzahl MA / Prozente	5 + 1 Praktikantin / 270%
GO! Mikrokredit	CHF 40 000.– im Jahr 2017
Eigenmittel	CHF 20 000.–
Alter bei Kreditvergabe	38
Website	dorfschule21.ch

Nomen est omen: Wenn jemand Feiler heisst, dann liegt der Schreinerberuf fast schon auf der Hand. Christian Feiler wusste nach der Schule jedenfalls, dass er einen Handwerksberuf erlernen wollte. Er absolvierte Praktika als Metallbauer, Elektroniker und Schreiner. Die Arbeit mit Holz mochte er am meisten. «Jeden Morgen freute ich mich über den Holzgeruch in der Werkstatt», erinnert sich der 29-Jährige. «Zudem machten die Schreinerkollegen einen glücklichen Eindruck auf mich.»

Feiler absolvierte die Schreiner Ausbildung in seiner süddeutschen Heimat, zog dann aber nach einem Jahr weiter, um nicht ewig der Lehrling zu bleiben. Er fand eine Arbeit als Solarmonteur, führte drei Jahre lang ein Team und jobbte an den Samstagen als Zimmermann, um zusätzliches Geld verdienen zu können. Schon damals wusste der passionierte Snowboarder und Wanderer, dass er in die Schweiz ziehen und eines Tages eine eigene Schreinerei führen wollte. Es folgten Stationen in Bern, Basel, Zürich und Zug, Feiler erweiterte als Fenstermonteur und Schreiner für Liftkabinenauskleidungen sein Repertoire. Im Herbst 2017, nach fünf Jahren in der Schweiz, entschloss er sich, statt in einer Festanstellung als Freelancer für verschiedene Schreinereien zu arbeiten. Zuerst war er an vier von fünf Tagen für Dritte unterwegs und führte nebenbei ein paar private Aufträge aus, doch innert weniger Monate kehrte sich das Verhältnis um und Feiler gründete seine eigene GmbH.

«Ich habe nie im Sinn gehabt, mein Leben lang für andere zu schuften.»

Er habe nie im Sinn gehabt, sein Leben lang für andere zu schuften, sagt er; dass er als Freelancer auf mehrere Monate hinaus praktisch ausgebucht gewesen sei, habe ihm das nötige Vertrauen gegeben für den Schritt in die Selbstständigkeit. Ein Selbstläufer wars dennoch nicht. Nebst der Firmengründung verursachten auch die Werkstattmiete, die Anschaffung von Werkzeug und Maschinen und das Autoleasing happige Kosten. Zu Beginn habe er zu viel umsonst gearbeitet und viel zu wenig auf die Zahlen geschaut, erinnert sich der Jungunternehmer. Über seine Buchhalterin kam er mit dem Verein GO! in Kontakt, was ihm nicht nur einen 15 000-Franken-Kredit für Werbung und

«Und jeden Morgen dieser wunderbare Duft.»

Christian Feiler träumte schon in jungen Jahren von einer eigenen Schreinerei. Er nahm einige Umwege und sehr lange Arbeitstage in Kauf, um sich selbstständig machen zu können. Nun muss er erst wieder lernen, auch das Nichtstun zu geniessen.

den eigenen Internetauftritt einbrachte, sondern auch seinen Blick fürs Finanzielle schärfte: «Vor den Gesprächen bei GO! hatte ich keine klare Vorstellung, wie viel ich monatlich einnehmen sollte», gesteht Feiler. «Nun habe ich ein Ziel vor Augen und weiss, wie wichtig es ist, realistisch zu kalkulieren und pünktlich Rechnung zu stellen.» Seit er einem klaren Plan folge, entwickle sich das Geschäft genau wie erhofft, bilanziert der 29-Jährige.

«Vor den Gesprächen bei GO! hatte ich keine klare Vorstellung, wie viel ich monatlich einnehmen sollte.»

Um sich rasch im Markt zu etablieren, erstellte er seine Offerten wesentlich schneller als die Konkurrenz. Und er war sich auch nicht zu schade, Arbeiten für Dritte zu übernehmen. Zu Beginn fuhr er Möbel für das Einrichtungshaus Jysk aus und setzte sie bei den Kunden zusammen, später kamen Installationsaufträge für einen Insektenschutzgitter-Hersteller dazu. Das sind nicht nur willkommene Einnahmen für Feiler, sondern auch jede Menge Kontakte zu potenziellen Privatkunden. «Solide Arbeit und gute Gespräche sind die bessere Werbung als Flyer und Internetmarketing», betont der Schreiner. Er hofft, dadurch mehr und mehr individuelle Aufträge für Möbelbau und Innenausbau zu erhalten. Die schönste Aufgabe sei, «vom Baumstamm bis zum fertigen Tisch ein komplettes Möbel selber zu gestalten nach den Wünschen des Kunden».

Speziell angetan haben es Feiler die River-Tische, bei denen in die Holzplatte eine Epoxidharzschicht eingefügt wird, was an einen Fluss in wilder Landschaft erinnert. In den USA sind solche Tische ein Renner, in der Schweiz kennt man sie noch kaum – da würde sich Feiler gerne früh positionieren. Weiter hat er sich vorgenommen, seine Möbel vermehrt auch im eigenen Webshop anzubieten und so das beliebte Online-shopping mit handgefertigter Qualität vom Schreiner zusammenzubringen. Und am liebsten hätte er dazu noch einen schönen Ausstellungsraum mit integriertem Café, denn der Holzgeruch lässt sich schlecht via Internet transportieren.

Doch Feiler kennt inzwischen seine Zahlen gut

genug, um zu wissen, dass er sich mit solchen Träumen vorerst noch gedulden muss. Im Jahr 2020 sollte er schwarze Zahlen schreiben können, inklusive Abzahlung aller Schulden und Auszahlung eines branchenüblichen Lohns für sich selber. Aktuell ist er noch in einer grösseren Schreinerei in Hünenberg eingemietet und kann die teuren Maschinen dort mitbenutzen.

Bevor er weitere kapitalintensive Schritte in Angriff nimmt, will er erst einmal wieder besser in Balance kommen. Die letzten Ferien liegen nämlich drei Jahre zurück, weniger als 13 Stunden pro Tag hat er kaum je gearbeitet, oft blieben auch die Wochenenden trotz guten Vorsätzen nicht frei von Arbeit. Im Sommer sei so viel los, dass er kaum hinterherkomme mit der Arbeit, sagt der 29-Jährige. Im Januar und Februar laufe dagegen fast gar nichts. Statt die freie Zeit zu genießen, habe er sich im Winter jeweils doppelt und dreifach angestrengt mit Marketing und Türklinkenputzen, schliesslich fühle man sich in den ersten Jahren «permanent im Überlebenskampf». Nun hat er sich vorgenommen, in den nächsten Wintermonaten bewusst etwas runterzufahren, mehr Zeit mit seiner neunjährigen Tochter zu verbringen und sich selber auch wieder Freizeit zu gönnen ohne schlechtes Gewissen.

Fakten

Rechtsform	GmbH
Gründungsjahr	2018
Höchste Ausbildung	Schreiner EFZ
Prognostizierter Umsatz 2019	ca. CHF 150'000.-
Anzahl MA / Prozenz	1 / 100%
GO! Mikrokredit	CHF 15'000.- im Jahr 2019
Eigenmittel	CHF 25'000.-
Alter bei Kreditvergabe	29
Website	schreinerei-feiler.ch



Herkulesaufgabe in der Oase für gesunde Lebensmittel.

Pascal Bättig mag keine halben Sachen. Warum also nicht selber ein Lebensmittelgeschäft eröffnen, wenn seine Freundin Mühe hat, laktosefreie Produkte zu finden? Trotz wenig Ferien, tiefem Lohn und sehr viel Arbeit bereut der 29-Jährige den Schritt nicht.

Nahrungsergänzung für die Wechseljahre, Paleo-Diät, Körpercrèmes für die empfindliche Haut, Erbsenprotein, indische Nüsse als Seife oder Waschmittel, kalt gepresstes Kokosnussöl, vegane Pralinen, glutenfreie Pasta, fruktosearmer Schokoladenpudding, Hanfsamenmus und laktosefreie Milch ... Der Laie kommt aus dem Staunen nicht mehr heraus, wenn er sich im Libergy-Laden in Dietikon umschaute. Ist das ein Feinschmeckerladen, ein Reformhaus, eine Oase für Fitnessfanatiker oder ein Zufluchtsort für Menschen, die von allen möglichen Lebensmittelallergien geplagt sind? Und wer betreibt dieses Geschäft mit über tausend Produkten im Sortiment plus eingebauter Küche und integriertem Café?

«Ich war deshalb froh gewesen, bei GO! nicht nur einen Kredit über 40 000 Franken erhalten zu haben, sondern auch einen erfahrenen Sparringspartner, der mich immer wieder auf den Boden geholt und mit der Realität konfrontiert hat.»

Pascal Bättig tritt aus dem Lagerraum und entschuldigt sich für die Verspätung. Er habe dringend noch Ware verschicken müssen, die über den Webshop bestellt worden sei. Bättig ist 29-jährig und versucht gar nicht erst, seinen Stress zu kaschieren. Mehrmals unterbricht er das Gespräch, erfüllt Kundenwünsche, instruiert einen Mitarbeiter. Es sei gerade viel los, am Wochenende finde hier ein Vegan-Food-Festival statt, erklärt Bättig, und man ahnt als Besucher bald, dass der Chef kaum ruhige Momente kennt.

Vier Jahre geht das nun schon so. Im Sommer 2015 wunderte sich Bättig, wie kompliziert es für seine Freundin Jasmina Vieira Abreu war, laktosefreie Nahrungsmittel zu finden. In Deutschland gab es ganze Regale voll mit Produkten für Kunden mit Unverträglichkeiten. Im Schweizer Detailhandel dagegen musste

man sich die Dinge mühsam zusammensuchen, der Einkauf dauerte mehrere Stunden. Bättig und Vieira Abreu suchten nicht nur nach einer Lösung für ihr Einkaufsproblem, sondern sie sahen auch eine Markt-nische für ein eigenes Geschäft. Branchenerfahrung brachten sie keine mit, Bättig hatte in einem Sanitär-geschäft das KV gemacht, aber er wusste schon früh, dass er keiner ist, der gerne Anweisungen befolgt, sondern eher der Typ für etwas Eigenes. Schon in der Schule, erzählt er, habe er zu allen einen guten Draht gehabt und sein Wort sei gehört worden. Fachwissen eigne man sich zudem schnell an in der Praxis. So habe er in den letzten Jahren als Unternehmer viel mehr gelernt als in den 25 Jahren davor, Schulzeit inklusive. Von seinen Lieferanten, von Kunden – und ja, ein paar eigene Ideen habe er auch gehabt.

Im November 2015, wenige Wochen nach der ersten Idee, hatte Bättig mit seiner Partnerin die eigene Firma gegründet, im März 2016 öffnete der Libergy-Laden in Dietikon bereits seine Tore. Und zwar nicht im Kleinform mit IKEA-Möbeln, wie zunächst gedacht, sondern grosszügig und mit edlem Interieur an zentraler Lage in Dietikon, das sonst eher für seine «44 Coiffeurgeschäfte und 30 Kebablokale» bekannt sei, wie Bättig sagt. Er habe nicht nur Reformhaus-Kundschaft ansprechen, sondern auch den Jungen eine Alternative zu Fast Food anbieten wollen, begründet Bättig, und zudem möge er generell keine halben Sachen. Statt eines Allergikershops eröffnete das Paar also ein «edles Geschäft mit Lifestyleprodukten für bewusste Konsumenten». Das hatte seinen Preis: Zu Beginn kaufte Bättig viel Ware auf Kommission ein, denn die Einrichtung, die Infrastruktur mit Kühlelementen und Küche, die Werbung und der Webshop, das kostete viel Geld. Er habe das alles brutal unterschätzt zu Beginn, sagt der 29-Jährige, und er sei deshalb froh gewesen, bei GO! nicht nur einen Kredit über 40 000 Franken erhalten zu haben, sondern auch einen erfahrenen Sparringspartner, der ihn immer wieder auf den Boden geholt und mit der Realität konfrontiert habe. Nun wisse er, dass man zwar gross denken, aber nicht zu optimistisch planen sollte, weil immer mit Überraschungen zu rechnen sei.

Im harmloseren Fall besteht die Überraschung nur darin, dass eine Kühltruhe aussteigt und rasch Ersatz zu besorgen ist. Aber Bättig erlebte auch Rückschläge, die ihn an seine Grenzen brachten. Nach einem Jahr gemeinsamer Arbeit zerbrach die Beziehung mit seiner Partnerin, was emotional schwierig und unternehmerisch eine Katastrophe war. Bättig zog die Sache 18 Monate alleine durch, arbeitete 70 bis 80 Stunden die

Woche, verzichtete auf Freizeit und Ferien und merkte dann, dass das so weder für ihn noch fürs Geschäft gut kommt. Inzwischen beschäftigt er einen Lehrling aus Eritrea und einen zweiten Mitarbeiter im Rahmen eines Integrationsprojekts, ist dankbar für die «super Unterstützung» bei überschaubaren Kosten. Er selber spart, wo es geht, wohnt in einer WG für 300 Franken im Monat und begnügt sich mit 1500 Franken Lohn. Mehr brauche er nicht, für etwas anderes als Fitness und Schlafen bleibe ohnehin keine Zeit.

Doch Bättig weiss, dass er nicht mehr lange so weiterfahren kann, die Rückenschmerzen und die Stresssymptome lassen sich auf Dauer nicht ignorieren. Er sei zuversichtlich, dass das Geschäft nun markant anziehe nach den 3,5 Jahren Aufbauarbeit und er dann marktgerechte Löhne zahlen könne. Es sei bisher immer vorwärtsgegangen, nur deutlich langsamer als erhofft. Doch nun bringen die regelmässig stattfindenden Events zusätzlichen Umsatz, zudem hat Bättig jemanden engagiert, der «auf Provisionsbasis den Webshop mit 12 000 Produkten pusht». Wenn er vom Wachstumspotenzial erzählt, ist die Müdigkeit wie weggewischt aus seinem Gesicht. Er habe grosse Ziele, sagt Bättig, er wolle nicht nur das modernste Reformhaus der Schweiz betreiben, sondern auch besser sein als die Grossen wie Alnatura. Das bedeutet auch, dass er sich mittelfristig nicht mit dem Standort in Dietikon begnügen will. «Je ein schöner Laden in Zürich und Bern», das wäre sein Traum.

«Ich habe grosse Ziele, ich will nicht nur das modernste Reformhaus der Schweiz betreiben, sondern auch besser sein als die Grossen wie Alnatura.»



Fakten	
Rechtsform	GmbH
Gründungsjahr	2015
Höchste Ausbildung	KV-Lehre
Prognostizierter Umsatz 2019	ca. CHF 600 000.–
Anzahl MA / Prozenz	5 / 350%
GO! Mikrokredit	CHF 40 000.– im Jahr 2015
Eigenmittel	CHF 40 000.–
Alter bei Kreditvergabe	25
Website	libergy.ch



Der Schreiner wird auf Lebzeiten gratis verköstigt.

Beste Essensqualität, lockere Atmosphäre und sauber kalkulierte Kosten: Mit diesem Ansatz haben die Brüder Thomas und Stephan von Matt innert vier Jahren drei Restaurants in Zürich eröffnet. Von Anfang an lief es nicht nach Plan – sondern um Welten besser.

«Man braucht viel Kapital, arbeitet ohne Ende und unter dem Strich schaut fast nichts raus», sagt Stephan von Matt, Betreiber des Burger-Restaurants «The Bite» im Kreis 4. Dann grinst er übers ganze Gesicht und sagt, er und sein älterer Bruder hätten sich von diesem ungeschriebenen Branchengesetz nicht abschrecken lassen. «Zum Glück», ergänzt Thomas von Matt. Denn die Realität sei inzwischen «too good to be true»: fast zu schön, um wahr zu sein.

32- und 35-jährig sind die beiden, und wenn sie da am Tisch sitzen und erzählen, sieht man ihnen nicht an, dass sie in drei Restaurants bis zu 45 Angestellte

beschäftigt und knapp 7 Millionen Franken umgesetzt haben im letzten Jahr. Sie strahlen etwas Bescheidenes, Kumpelhaftes aus, ohne sich bei den Gästen anzubiedern. Es geht gegen Mittag zu, und innert Kürze sind alle 70 Plätze im «Bite» besetzt. Einige Gäste winken den Besitzern aus Distanz zu, ein Besucher kommt vorbei und wechselt ein paar Worte mit den Brüdern. «Der kann hier sein Leben lang gratis essen», sagt Stephan von Matt und erklärt, am Anfang seien Geld und Zeit knapp gewesen. Umso dankbarer seien sie dem Schreiner gewesen, dass er zwei Wochen lang gratis gearbeitet und ihrem ersten Restaurant mit dem guten Innenausbau einen unverwechselbaren Charakter

«Bei den Banken waren wir gar nie an der Empfangsdame vorbeigekommen.»

gegeben habe. Die Von-Matt-Brüder organisierten derweil die Möbel in Antiquariaten.

Was nach einer improvisierten Aktion klingt, war indes von langer Hand geplant. Schon als sie noch in der Ausbildung an der Hotelfachschule in Luzern waren, wussten die beiden, dass sie später zusammen ein eigenes Restaurant betreiben möchten. Speziell Thomas, der ältere der Brüder, ging immer wieder auf Reisen und beobachtete genau, welche kulinarischen Angebote gut ankamen.

«Wenn ein Trend nach Zürich kommt, ist es zu spät – man muss ihn vorher aufspüren», war früh seine Maxime. Thomas von Matt lernte in Praktika und auf privaten Reisen alles kennen, von der Strandbar in Italien, die er mit Kollegen führte, bis zur Luxushotellerie in den USA und Kanada. Vor sieben Jahren kam er aus Berlin-Kreuzberg zurück, sein Bruder Stephan aus East London, und beide ahnten, dass der Zürcher Kreis 4 bald ähnlich aufgewertet würde wie diese hippen Grossstadtteile. «Wir realisierten früh, dass das Projekt Europaallee neue Läden und neue Kundschaft bringen würde», erinnert sich Stephan von Matt.



Deshalb suchten sie zwischen Langstrasse, Militärstrasse, Ankerstrasse und Helvetiaplatz, dort also, wo Drogenhandel und Prostitution noch das Strassenbild prägten, nach einem Standort für ihr erstes Restaurant. Was sie zu hören bekamen, war wenig ermutigend, manche Hausbesitzer verlangten eine halbe Million Franken Schlüsselgeld, andere potenzielle Vermieter nahmen sie nicht ernst. Und dann, nach vier Monaten Suche, bat Thomas von Matt in der Ankerstrasse einen Kollegen um Feuer, wunderte sich, dass die Pizzeria Mario geschlossen war, erfragte die Telefonnummer des Vermieters – und vier Tage später hatten die Brüder die Zusage für ihr Lokal. In diesem Moment zahlte es sich aus, dass sie an der Hotelfachschule einen

detaillierten Businessplan erarbeitet hatten. Dieser überzeugte nicht nur den Vermieter, sondern auch den Verein GO!, der den Jungunternehmern einen Gründungskredit von 40'000 Franken zusprach. «Bei den Banken waren wir gar nie an der Empfangsdame vorbeigekommen», erinnert sich Stephan von Matt.

Nach fünf intensiven Einrichtungswochen konnte «The Bite» am 7. Mai 2013 eröffnet werden, und die Nachricht vom familiären Burger-Restaurant mit hochwertigen, frisch zubereiteten Speisen verbreitete sich so schnell, dass die von Matts von Anfang an alle Hände voll zu tun hatten. Stephan, der zur Sicherheit noch

seinen Bürojob im Hotel Dolder behalten hatte, eilte am frühen Abend herbei; Thomas, der die Mittagsschicht anfangs allein mit einem Koch bewältigte, wurde von den Frauen der beiden Gründer entlastet. «Schon am zweiten Tag hatten wir den Businessplan weit hinter uns gelassen», sagt Stephan von Matt lachend. So sei die Sorge, ob man Löhne zahlen

könne, bald von der verzweifelten Suche nach gutem Personal abgelöst worden.

«Schon am zweiten Tag hatten wir den Businessplan weit hinter uns gelassen.»

An Argumenten, warum das Restaurant von Anfang an mittags und abends so gut lief, fehlt es den Gastrounternehmern nicht. «Der Beste und der Günstigste können in der Regel gut überleben, alle anderen kämpfen», sagt Thomas von Matt und schiebt nach, er wolle nicht arrogant klingen, aber sie hätten von Anfang an auf Qualität fokussiert und sich als Ziel gesetzt, die besten Burger in Zürich zu machen.

Nur Schweizer Fleisch, das erst kurz vor dem Braten gehackt wird, die Brötchen eine nächtliche Spezialanfertigung des Bäckers, alle Saucen und Beilagen frisch zubereitet und eine kleine, aber unverwechsel-

bare Karte – das sind einige der kulinarischen Erfolgsfaktoren. Und auch wer lieber auf Fleisch verzichtet, kommt im «Bite» auf seine Rechnung, denn auch die vegetarische Variante mit Halloumi-Käse oder die vegane mit Portobello-Pilz sind frische Eigenkreationen.

Ebenso wichtig wie die Speisen ist das, was selbst die Gründer nicht so recht in Worte fassen können: die lockere, familiäre Stimmung mit gutem Sound und eigenem Charakter. «Unsere Gäste merken, dass hier alles echt ist, dass wir selber eine Riesenfreude haben am Restaurant», sagt Stephan von Matt.



Gutes Essen und lockeres Ambiente – das reicht? «Ebenso wichtig ist als dritter Faktor, dass wir von Anfang an die Kosten im Griff hatten», betont Thomas von Matt. Sie hätten an der Hotelfachhochschule gelernt, wie man einen Betrieb strikt über Zahlen führt. Und in Nordamerika hätten sie dann in der Praxis gesehen: Es ist nett, cool zu sein, aber am Ende ist es immer noch ein Business. Das müsse jeder Mitarbeiter verinnerlicht haben.

Sechs Jahre nach der Eröffnung des ersten Restaurants sind die Gebrüder von Matt längst erfolgreiche Unternehmer und Aushängeschilder ihrer Branche. Als sie 2015 im Kreis 5 das texanische Barbecue-Restaurant «Brisket» mit 280 Plätzen eröffneten, kamen 700 Gäste zur Einweihungsparty. Und als 2017 das «Yardbird» im Kreis 3 seine Türen öffnete, schrieben diverse Medien von Foodblogs bis zur «NZZ» schon im

Vorfeld über die speziell frittierten Pouletschenkel und -flügel, die es dort zu essen gab.

Im Gespräch wird klar, dass die Brüder weitere Ideen haben und sich nicht mit den drei Restaurants begnügen wollen. Doch zuvor galt es, das Wachstum zu verdauen, die Strukturen anzupassen und die Rolle der Gründer neu zu definieren. «Um nicht ins Hamsterrad zu geraten, mussten wir uns abnabeln und viele Dinge delegieren», sagt Thomas von Matt. Nun seien die Aufgaben so verteilt, dass sie beide auch mal eine Woche weg sein könnten, ohne dass Probleme zu befürchten seien. Das erlaube ihnen, eine gesunde Distanz einzunehmen, sich im Alltag nicht für unentbehrlich zu halten und stattdessen das grosse Bild, die strategischen Fragen im Auge zu haben.

Fakten

Rechtsform	drei GmbH
Gründungsjahr	2013 / 2015 / 2017
Höchste Ausbildung	eidg. dipl. Hotelier und Restaurateur HF
Prognostizierter Umsatz 2019	ca. CHF 6 bis 7 Mio.
Anzahl MA / Prozente	40 – 45 / 2500 – 3000%
GO! Mikrokredit	dreimal CHF 40 000.–
Eigenmittel	CHF 60 000.–
Alter bei Kreditvergabe	29 und 31
Websites	thebite.ch brisket.ch yardbird.ch



MIGROS
kulturprozent

Diese Broschüre wurde ermöglicht durch:



BAUGARTEN ZÜRICH
GENOSSENSCHAFT UND STIFTUNG

Impressum

Texte	Mathias Morgenthaler wortwirkung.ch
Portraits	Diego Alborghetti diegoalborghetti.com
Porträt Marco Natali	Maurice Sinclair mauricesinclair.com
Porträt Patrick Engler	Fredericke Asael asael.ch
Gestaltung	Hélène Forster forsterehrler.ch



GO! Mikrokredite

Das Wichtigste in der Übersicht

Geschäftsstelle

Eröffnung am 16.2.2009
an der Stauffacherstrasse 149, 8004 Zürich

Aufgabe

Vergabe von Gründungs- und Übergangskrediten an Personen, die für die Selbstständigkeit geeignet oder bereits selbstständig sind, die ein Produkt oder eine Dienstleistung mit guten Marktchancen anbieten wollen (oder bereits anbieten), jedoch bei einer Bank keine Chance haben, einen Kredit zu erhalten («non-bankable persons»).

Kredithöhe, Zinssatz, Rückzahlung

Maximalkreditsumme CHF 40 000.–
Zinssatz 5,75 % (Stand September 2019)
Rückzahlung innert drei Jahren

Mentoring

Durch Freiwillige ohne Entschädigung

Verein GO!
Stauffacherstrasse 149
8004 Zürich
044 240 06 90
info@mikrokredite.ch
mikrokredite.ch