



# Mit Elan, Charme und Businessplan in die Selbständigkeit

Zehn Jungunternehmer aus der Region Winterthur haben eine Jury mit ihren Geschäftsideen überzeugt. Sie beleben an der morgen startenden Winterthurer Messe das Jungunternehmerdorf, welches ihnen im Sinne der praktischen Wirtschaftsförderung gratis zur Verfügung stehen wird. Ihre Porträts zeigen, dass sie voller Energie stecken.

## KLASSENFREUNDE.CH

### Das Schuel-Gspännli wieder finden

Warum gibt es in der Schweiz keine Website, mit der man nach alten Schulfreunden suchen kann? Diese Frage stellten sich Timo und Jasmin Fühlbrügge im Januar 2005. Schliesslich ist dies ein Konzept, das in den USA und auch in Deutschland seit Jahren erfolgreich ist. Eines der Hindernisse war dem Ehepaar Fühlbrügge schnell klar: der Föderalismus. Die Schule ist in der Schweiz Sache des Kantons, ein zentrales Schulregister schien es keines zu geben. «Dazu kam, dass die Kantone nicht bereit waren, die Daten der Schulhäuser zur Verfügung zu stellen», erinnert sich Fühlbrügge. So machten sich die beiden während eines ganzen Jahres daran, alle Adressen der Schulhäuser in der Schweiz zusammenzutragen. Die Mühe hat sich gelohnt: Als der gebürtige Deutsche im Februar 2006 sein Projekt «klassenfrende.ch» online lancierte, wurde dieses von allen Seiten begeistert aufgenommen. «Bis Mitte November haben sich über eine viertel Million Menschen eingetragen», freuen sich die Fühlbrüggens. Dank des grossen Erfolges kann klassenfrende.ch auf prominente Werbepartner wie Sony oder die CS setzen. Timo und Jasmin Fühlbrügge können heute von ihrem Jungunternehmen leben und ruhen sich keineswegs auf ihren ersten Lorbeeren aus. Bereits diesen Dezember werden sie eine weitere Schweizer Eigenheit aufs Netz bringen: militärfreunde.ch.

**Geschäftsidee:** Freunde über Internet finden  
**Mitarbeiter:** 2  
**Gründung:** Januar 2005  
**Finanzierung:** 60 000 aus eigener Tasche  
**Kontakt:** [www.klassenfreunde.ch](http://www.klassenfreunde.ch)

## INSTITUT PIETÀ

### Dienstleistungen am Lebensende

Christoph Schürch und Liselotte Vogt sind in einem sensiblen Bereich tätig: Sie bieten Dienstleistungen am Lebensende an. Ihr Unternehmen, das Institut Pietà, ist eine Kombination von Spitem im Palliative-Care-Bereich und einem Bestattungsunternehmen. «Unser Credo ist es, eine Dienstleistung rund um den letzten Lebensabschnitt eines Menschen in einer ganzheitlichen und integrativen Form anzubieten», so Schürch, der auch für die SP im Kantonsrat sitzt. Menschen, die an einer unheilbaren Krankheit leiden, sollen in ihrer letzten Zeit eine möglichst optimale Lebensqualität erleben dürfen. So werden denn auch sämtliche pflegerischen Leistungen, die von einem Arzt verordnet wurden, von den Krankenversicherern bezahlt. Auch kümmert sich das Institut Pietà um alle Aufgaben und Fragen rund um die Sterbebegleitung. Von der Patientenverfügung/Bestattungsvorsorge über die Sterbebegleitung zu Hause bis zu allen organisatorischen Aufgaben, welche nach einem Todesfall auf die Hinterbliebenen zukommen, schafft das Institut Pietà die Voraussetzungen, damit ein würdiges Abschiednehmen und Trauern möglich werden. Auf Wunsch werden Verstorbene auch zu Hause aufgebahrt, selbst nach einem Todesfall in einer Institution. Für Menschen, welche keine kirchliche Abkündigung wünschen, wird eine würdige Abschiedsfeier mit entsprechender Trauerrede gestaltet und gehalten.

**Geschäftsidee:** Dienst am Lebensende  
**Mitarbeiter:** 6  
**Gründung:** Januar 2006  
**Finanzierung:** 10 000 aus eigener Tasche  
**Kontakt:** [www.institut-pieta.ch](http://www.institut-pieta.ch)

## D&C BEAUTY CARE

### Alles für die Schönheit an einem Ort

Dolores Spring ärgerte sich jeweils schrecklich, wenn sie an ihrem einzigen freien Tag in der Woche von einem Geschäft ins andere rennen musste, nur um ihrer Schönheit Tribut zu zollen. Vom Coiffeur zur Nagelkosmetikerin, von der Massage zur Gesichtspflege. «Ein Beauty-Tag sollte doch erholsam und entspannend sein», sagte sich Spring selbst und entschloss sich kurzerhand, ihr eigenes Geschäft zu eröffnen, das alle Wünsche einer modernen Frau und eines modernen Mannes rund ums Thema erfüllen sollte. Ihr erstes Geschäftslokal befand sich in der Gern, seit kurzem ist sie an die Marktgasse umgezogen und bedient ihre Kundschaft mit einem fünfköpfigen Team mit Damen- und Herrencoiffure, Haarverlängerungen, Kosmetik, Haarentfernungen, Nagelkosmetik, Zähne bleichen, Massage und einem Hochzeitsservice. Während Frauen alle Dienstleistungen über die Sterbebegleitung zu Hause bis zu allen organisatorischen Aufgaben, welche nach einem Todesfall auf die Hinterbliebenen zukommen, schafft das Institut Pietà die Voraussetzungen, damit ein würdiges Abschiednehmen und Trauern möglich werden. Auf Wunsch werden Verstorbene auch zu Hause aufgebahrt, selbst nach einem Todesfall in einer Institution. Für Menschen, welche keine kirchliche Abkündigung wünschen, wird eine würdige Abschiedsfeier mit entsprechender Trauerrede gestaltet und gehalten.

**Geschäftsidee:** Schönheit unter einem Dach  
**Mitarbeiter:** 6  
**Gründung:** September 2004  
**Finanzierung:** 25 000 aus eigener Tasche  
**Kontakt:** [www.dncbeauty.ch](http://www.dncbeauty.ch)

## MERCATO MEDITERRANEO

### Speis und Trank in spanischer Manier

Julia Meny bezeichnet sich selbst als eine lebensfrohe Frau, die gerne unter Menschen ist. So erstaunt es nicht, dass sie ihr Herz an den mediterranen Lebensstil verloren hat und eine Wein- und Tapasbar plant. An der Ecke Neustadtgasse 1a (ehemals SSR-Reisen) schien sie die geeignete Lokalität gefunden zu haben. «Dank den kooperativen Behörden und meinem persönlichen Einsatz erhielt ich eine Baubewilligung», erzählt Meny. Leider sei es aber nicht möglich gewesen, die Bedenken zweier Anwohner auszuräumen, fügt sie an. Solange der eingereichte Rekurs noch hängig ist, kann Sie mit dem Umbau nicht beginnen. So prüft Meny momentan, ob das Lokal, bis der Umbau zu Bar/Restaurant in Angriff genommen werden kann, vorerst als Vinothek genutzt werden könnte. Doch ihr Traum ist, dass eine authentische mediterrane Oase mitten in der Altstadt entsteht. «Bei mir soll man in lockerer Atmosphäre geniessen können», wünscht sich Meny. Kleine Häppchen, warm und kalt, möchte sie ihren Kunden präsentieren, nebst einem vielfältigen Weinangebot. Im Gran Reserva, so soll ihr Lokal heissen, werden sich die Tapas frisch, warm und kalt auf dem Buffet präsentieren. Der Vorteil: viele kleine Häppchen statt einer grossen Portion. Mit Pruebas, 0,5dl-Gläsern, möchte Meny auch die Möglichkeit anbieten, verschiedene Weine zu degustieren und zu vergleichen.

**Geschäftsidee:** Vinothek/Tapasbar  
**Mitarbeiter:** 3-4 (geplant)  
**Gründung:** Juni 2006  
**Finanzierung:** aus eigener Tasche  
**Kontakt:** [info@granreserva.ch](mailto:info@granreserva.ch)

## ÖFELI-SCHMITTE

### Eine zweite Chance für alte Öfen

Carmen Lamprechts Leidenschaft für Zimmerkachelöfen ist schon über 20 Jahre alt. Damals schenkte ihr ein alter Bauer einen solchen, den sie mit ihrem Mann für die erste gemeinsame Wohnung restaurierte. «Im Laufe der Jahre kamen weitere Öfen dazu, sie blieben aber unrestauriert in Garage und Keller stehen», erinnert sie sich. Eigentlich sei es die Idee gewesen, dass ihr Mann einmal weniger arbeiten und mehr restaurieren würde. Es kam aber anders. Carmen Lamprecht ist seit dem Herbst 2004 die Restauratorin, während ihr Gatte nach wie vor 100 Prozent arbeitet. «Aber als gelernter Maschinenmechaniker unterstützt er mich», wie auch ein Hafner. Für sie sei es immer wieder spannend, die optische Veränderung mitzuerleben, bis die alten Öfen wieder in neuem Glanz erstrahlen. Denn oft seien sie schon in einem schlechten bis desolaten Zustand, erzählt Lamprecht. Oftmals müsse sie mit viel Geduld und Fingerspitzengefühl Sprayfarben und Rost entfernen. Sie habe auch schon einen hoffnungslosen Patienten erhalten, erinnert sie sich. «Aus diesem ist dann halt ein schönes Gestell geworden.» Einem Lohn ausgezahlt hat sie sich noch nicht, das verdiente Geld wurde jeweils sofort wieder investiert. Aber sie hofft darauf, dass viele Menschen wie sie wieder Freude erlangen an dieser alternativen Art und Weise des Heizens, und ihr damit wieder vermehrt Arbeit beschere.

**Geschäftsidee:** Kachelöfen restaurieren  
**Mitarbeiter:** 2 (gelegentlich mehr)  
**Gründung:** Oktober 2004  
**Finanzierung:** 6000 aus eigener Tasche  
**Kontakt:** [carulamp@bluewin.ch](http://www.carulamp@bluewin.ch)

## HARVESTMOON

### Kerzenständer der anderen Art

Kerzenständer, die am Kühlschrank kleben, und Spiralen aus Rechaudkerzen, die geheimnisvoll im Raum schweben, die Familie Springer macht das möglich. Den Grundstein für diese Geschäftsidee geht auf ein Weihnachtsgeschenk zurück. Andreas Springer entwarf mit seiner Freundin einen Kerzenständer, der dank eines starken Magnetes zum Beispiel am Kühlschrank angebracht werden konnte. Die Idee fand Anklang, die Besucherinnen waren begeistert. Der frisch pensionierte Vater Springer liess sich durch dieses Geschenk zu einer weiteren Kerzenständeridee inspirieren. Er entwickelte eine filigrane Drahtspirale, die wendeltreppenförmig Rechaudkerzen aneinander reiht und dank einem Baukastenprinzip so hoch gebaut werden kann, wie man möchte. «Mit dieser anderen Art von Kerzenpräsentation gingen wir an eine Fachmesse», erzählt die Geschäftsführerin und promovierte Agronomin Bettina Springer. Auf Anhieb konnten 26 Läden gefunden werden, welche die Kerzenständer in ihr Angebot nahmen. In Winterthur sind es deren drei: das Kaufkaffee, das Haushaltsgeschäft Hasler und die Boutique Trüchli. In Zusammenarbeit mit dem «Zürliwerk» arbeitet somit die gesamte Familie Springer daran, dass ein gemütliches Kerzenlicht in den Schweizer Stuben aufkommt, wenn die Tage kürzer und kälter werden. Auch die Weihnachtszeit steht unmittelbar vor der Tür ...

**Geschäftsidee:** Spezielle Kerzenständer  
**Mitarbeiter:** 6 (alle Teilzeit)  
**Gründung:** Januar 2006  
**Finanzierung:** 20 000 aus eigener Tasche  
**Kontakt:** [www.harvestmoon.ch](http://www.harvestmoon.ch)

## CARSMETICS

### Das A-Team für jeden Wagen

Unter dem Namen Carsmetics versteckt sich kein neues Computerspiel, es ist eine Abkürzung für Professional Car Cosmetics and Consulting. Andy Kaithan weiss: «Eine Beule am Auto tut oft genauso weh wie eine am Kopf.» In diesem Fall steht der Jungunternehmer jedem Autobesitzer zur Seite. Seit gut drei Wochen kommt er mit seiner mobilen Garage zum Kunden nach Hause, oder wo immer das zu pflegende Auto steht. Mit einem neuen, günstigen Verfahren aus Amerika holt er durch «Drücken» jede Beule an Ort und Stelle aus dem Blech. Das Geschäftskonzept geht noch weiter: Carsmetics bringt jedes Auto optisch wieder auf Vordermann, sei es, um den Wagen für einen Verkauf fertig zu machen, oder um ihm einfach eine professionelle, nachhaltige Politur zu verpassen. Vor allem das Beulendrücken, Kratzer ausbessern und das Polieren seien sehr gefragt. Auf Wunsch wird auch ein Occasionswagen bewertet. Kaithan und sein Mitarbeiter Raphael Kabalo haben alles auf eine Karte gesetzt und ihre alten Jobs an den Nagel gehängt. Die Geschäftsidee scheint aufzugehen. «Wir sind täglich unterwegs», so Kaithan. «Oft werden wir bei der Arbeit von Fremden angesprochen, Passanten schauen uns bei der Arbeit an und sind interessiert.» Zudem können sie mit Andys Bruder Pete, der letztes Jahr selbst Jungunternehmer-Preisträger war und jetzt als Berater fungiert, auf tatkräftige Unterstützung zählen.

**Geschäftsidee:** Autokosmetik auf vier Rädern  
**Mitarbeiter:** 2  
**Gründung:** Juni 2006  
**Finanzierung:** 30 000 private Darlehen  
**Kontakt:** [www.carsmetics.ch](http://www.carsmetics.ch)

## XPURE

### Vom Flyer bis zum Airline-Logo

Was haben der berühmte Designer Tyler Brulé und der 22-jährige Polygraf Adrien Nussbaum gemeinsam? Beide haben sie das Logo einer Fluggesellschaft entwerfen dürfen. Während Brulé für das neue Gesicht der Swiss zwölf Millionen Franken kassiert hat, war für den Jungspund Nussbaum die Gestaltung des Logos für die nationale Airline «Via Uganda» eine finanzielle Nullrunde. Trotzdem ist er stolz, dass er aus drei Mitbewerbern auserwählt wurde und argumentierte, dass der Prestigewert, den ihm dieser Auftrag eingebracht hat, nicht in Franken zu messen sei. Allgemein packt der gebürtige Berner, der heute im Sennhof wohnt, alles an, was das Auge anspricht. Vor allem visuelle Elemente, die man im Alltag antrifft: Plakate, Logos, Webseiten, Bücher, Werbung. Seine Lösungen seien jeweils entweder schlicht oder dann gerade auffallend, berichtet Nussbaum. So gestaltet er auch schon mal eine Website, auf der von links nach rechts gescrollt wird statt von oben nach unten. Auch übernimmt er für den Schriftsteller auf Wunsch die gesamte Druckvorstufe. Noch ist seine Firma kein Kassenfüller: «Ich führe einen einfachen Lebensstil und bin alleine, so komme ich über die Runden.» So setzt er auch voll und ganz auf seine Firma. «Das Logo für die nationale Airline von Uganda zu entwerfen mag zwar ein grosser Erfolg sein, aber da ist auf jeden Fall noch viel mehr möglich.» «Sennhof – und die ganze Welt», ist denn auch sein Motto.

**Geschäftsidee:** Visuelle Lösungen aller Art  
**Mitarbeiter:** 1  
**Gründung:** März 2006  
**Finanzierung:** aus eigener Tasche  
**Kontakt:** [www.xpure.ch](http://www.xpure.ch)

## RUDYSIGN

### Accessoires – schön und funktional

Rudolf Stuker hat mit der Herstellung von Wohnaccessoires eine Leidenschaft entdeckt, welche sich mit verschiedenen Materialien und Formen auseinandersetzt. Dabei versucht er, spielerisch die in der Natur vorhandenen Elemente in neue Formen umzusetzen, ohne dabei zu vergessen, dass jeder Kunstgegenstand, den er entwirft, nebst Ästhetik und Design auch funktional sein und im Alltagsgebrauch bestehen muss. So entwirft der ehemalige Weltbummler, den die Liebe vor gut zehn Jahren nach Winterthur geführt hat, zum Beispiel Kleiderständer im Fischgrättdesign. Seine Kunstwerke sind nicht in Läden zu finden, jeder Kunde ist in seinem Atelier in Dietlikon willkommen. «Für diese setze ich auch gerne ihre Wünsche um», erzählt Stuker. Da ihn seine Leidenschaft noch nicht voll und ganz ernährt, nimmt Stuker auch andere Aufträge an. «Sei es ein Treppengeländer, ein Gestell oder ein Fenstergitter.» Ein solches konnte er kürzlich im Spinnennetzdesign für einen Kunden anfertigen. Auch arbeite er gelegentlich im Auftrag von Architekten oder auf dem Bau. Stuker hat sein Handwerk als Metallbauer schon in der ganzen Welt ausgeübt. Viele Jahre war er für Schweizer Firmen auf Montage. Sein Firmenname hat denn auch eine solche Bewandnis: Seine Lohnütte war, als er in Australien arbeitete, mit «Rudy» angeschrieben. Diesen Namen hat er bis heute behalten.

**Geschäftsidee:** Kunst mit Funktion  
**Mitarbeiter:** 1  
**Gründung:** Januar 2005  
**Finanzierung:** aus eigener Tasche  
**Kontakt:** [www.rudysign.ch](http://www.rudysign.ch)

## MODESCHULE WINTERTHUR

### Leidenschaft für Mode und Textil

Der Traum von Daniel Schultes ist es, dass die lange Schweizer Tradition in der Textil- und Modebranche neu auflebt und Blüten treibt. Unter anderem darum hat er im Februar 2005 seine eigene Modeschule eröffnet. Denn: «Nebst der Textilfachschule gibt es in der Schweiz kaum weitere Bildungsmöglichkeiten.» Sein Kursangebot für das Drappieren gebe es wohl in der Schweiz weder in Deutschland kaum, fügt Schultes an. Gut 30 Schüler und Schülerinnen besuchen jährlich seine Kurse. Schultes ist es wichtig, auf Klasse statt auf Masse zu setzen. Die Bandbreite der Teilnehmer ist gross: Auf der einen Seite bildet Schultes Schulabgänger aus, die als Quereinsteiger ins Modebusiness möchten. Aber auch Fachkräfte, die sich in einem Fachgebiet weiterbilden möchten, sind bei Schultes gut aufgehoben. So besuchen zum Beispiel auch Handarbeitslehrerinnen oder Schneiderinnen seine Kurse. Schon früher hat Schultes während acht Jahren sein eigenes Mass- und Kollektionsatelier geführt und war während zehn Jahren Dozent an der Schweizerischen Textilfachschule. Auch ist er Mitorganisator des «Walk of fashion», der jährlich in Winterthur stattfindet. In diesem Zusammenhang arbeitet er an einem Atelier mit, das Bekleidungskonzepte umsetzt. Bereits hat er einen schönen Auftrag: Für Opel werden Präsentationskleider kreiert, die an Autoausstellungen zum Einsatz kommen.

**Geschäftsidee:** Aus- und Weiterbildung Textil  
**Mitarbeiter:** 4  
**Gründung:** Februar 2005  
**Finanzierung:** aus eigener Tasche  
**Kontakt:** [www.modeschule-winterthur.ch](http://www.modeschule-winterthur.ch)

## DAS JUNGUNTERNEHMERDORF

«Der Landbote», die Winterthurer Messe, das Stadtmarketing Winterthur und die Credit Suisse haben Jungunternehmer gesucht, die sich gerne der Öffentlichkeit präsentieren würden. Aus über 80 Bewerbern wurden von einer Jury zehn ausgewählt und sind nun an der Winterthurer Messe präsent.

CREDIT SUISSE

WINTERTHURER MESSE  
22. - 26. November 2006

Landbote