

■ Nachgefragt · Cushion

Mit Schlaf zum Erfolg

Die Auswahl an Taschen und Kissen ist auch in Oberwalliser Non-Food-Abteilungen breit gefächert. Wer jedoch nach einer «Kissentasche» Ausschau hält, dürfte ganz schön ins Suchen geraten. Eine Möglichkeit fündig zu werden, bietet der «Cushionbag» – eine zeitlich begrenzte Geschäftsidee von sechs Gymnasiasten des Briger Kollegiums Spiritus Sanctus. **Didier Buchmann**

Ein Sprichwort sagt: «So wie man sich bettet, so liegt man!» Dass sich öffentliche Verkehrsmittel meist schlecht zum Schlafen eignen, weiss jeder Pendler. Weniger der frühmorgendliche Geräuschpegel in Bahn und Bus sondern vielmehr eine unbequeme Sitzhaltung machen ein zusätzliches Nickerchen schier unmöglich. Oder konkret: Wer den Kopf an die Scheibe lehnt, riskiert die eine oder andere Beule. Aus dieser Überlegung heraus entwickelten sechs Gymnasiasten des Kollegiums Spiritus Sanctus in Brig eine pfiffige Idee: der so

genannte «Cushionbag». Dabei handelt es sich um eine Tasche die mittels Saugnapf an jeder Scheibe angebracht und so auch als Kissen genutzt werden kann. Der «Cushionbag» bietet Platz für alles, was Frau so braucht. «Sogar ein eigenes Handyabteil wurde integriert» erklärt Simone Borter, die sich für den Verkauf verantwortlich zeigt.

YES

Dass die sechs Gymnasiasten mit der «Kissentasche» nicht ihren künftigen Lebensunterhalt verdienen wollen,

scheint logisch. Vielmehr geht es darum, im Rahmen ihrer Maturaarbeit eine kleine Unternehmung zu gründen und diese während eines Geschäftsjahres selbständig zu führen. Für den gewissen Erfolgsdruck sorgt das Projekt Young Enterprise Switzerland, kurz YES. Dort stehen die Oberwalliser Gymnasiasten in direkter Konkurrenz zu anderen Miniunternehmungen.

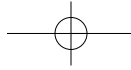
«Cushion» wird als Aktiengesellschaft geführt. Das Aktienkapital von 3000 Franken ist in vollumfänglichen Besitz der 6-köpfigen Geschäftsleitung. Dies erklärt auch den Grund, warum zwischen Aktionären und Inhabern von Partizipationsscheinen unterschieden wird. Letztere haben keinen Einfluss auf den Geschäftsgang und erhalten nach Abschluss des Projekts lediglich eine kleine Dividende – sofern die Unternehmung erfolgreich geführt wurde.

Produktwahl

Zu Beginn des Projektes Anfang März hatten die Schüler die Qual der Wahl. Es galt zu entscheiden, ob sich die Mini-Unternehmung im Produktions- oder Dienstleistungssektor ansiedeln sollte. «Für uns war bald einmal klar, dass wir mit einem Produkt auf uns aufmerksam machen wollten», erklärt der Marketingverantwortliche Marco Kössler. Die Ideenvielfalt der Gymnasiasten kannte keine Grenzen. Mit dem «Cushionbag» fand sich schliesslich ein Produkt, das auch realisierbar war. Die Materialauswahl wurde mit Hilfe einer versierten Schneiderin getroffen. Auf ihr Anraten entschied man sich, Alcantara zu verwenden. «Dieser Stoff hat eine gewisse wasserabweisende Funktion und ist bequemer als beispielsweise Jeans», erklärt Borter. Nach der Herstellung des definitiven Prototyps machten sich die Sechs an die «Serienproduktion» der Tasche. Sprich, der Stoff musste zugeschnitten, sowie Knöpfe und Logos angenäht werden. Beim Zusammenfügen der einzelnen Teile konnten sie auf die Hilfe versierter Hobbynäherinnen zählen. Der Stückpreis eines «Cushionbags» beläuft sich auf 59.90 Franken.



Idee mit Pfiff: Der «Cushionbag» für ein bequemes Nickerchen unterwegs.



«Cushion» auf einen Blick: Matthias Supersaxo, Christian Burger, Simone Borter, Sabrina Studer, Marco Kössler und David Grünwald.

Erwartungen bereits übertroffen?

Die Herstellung des «Cushionbags» war nur eine Hürde, die es zu überwinden galt. Nicht minder wichtig ist die Vermarktung. Zwei so genannte Wirtschaftspaten in den Personen von Fredy Bayard und Beatrice Schnyder gaben Tipps und Tricks wie das Produkt an den Mann bzw. die Frau gebracht werden kann. Der eigens für dieses Projekt erstellte Online-Shop bietet einen der wichtigsten Vertriebskanäle. «Dennoch

ist die Wirkung der Mund-zu-Mund-Propaganda nicht zu unterschätzen», betont Kössler. Der Erfolg gibt «Cushion» Recht. Zu Beginn rechneten die Jungunternehmer noch mit rund 100 verkauften Taschen bis Ende des Geschäftsjahres. «Bereits vor der Halbzeit gingen sechzig «Cushionbags» über den Ladentisch – und weitere Bestellungen liegen auf», freut sich Borter. Die Kundenschaft erstreckt sich von Privatpersonen bis hin zu kleinen Firmen die in der Tasche ein ideales Mitarbeitergeschenk se-

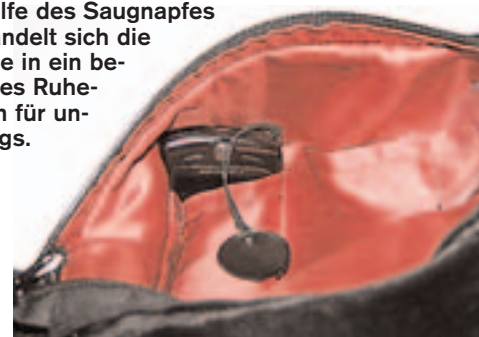


Das Zuschneiden des Stoffes und das Annähen der Knöpfe erledigen die Gymnasiasten in Eigenregie.

Cushion • Nachfragefragt ■



Mit Hilfe des Saugnapfes verwandelt sich die Tasche in ein bequemes Ruhekissen für unterwegs.



hen. Bis Ende des Jahres dürfen also wieder fleissig Knöpfe angenäht und Stoffe zugeschnitten werden. Trotz des bisher guten Ergebnisses, sind die Gymnasiasten bestrebt, den Absatz noch etwas in die Höhe zu treiben, wie Kössler erklärt. «Es wäre schön, wenn einige Geschäfte sich bereit erklärten, den «Cushionbag» in ihr Schaufenster zu stellen.»

Teamegeist

Um das Projekt richtig ins Rollen zu bringen war – wie in grossen Firmen auch – eine klare Ressort-Verteilung von Nöten. «Abgesehen von kleineren Terminproblemen klappt die Zusammenarbeit zwischen uns bestens», freut sich Borter. Gemäss den Spielregeln von «YES» muss die Unternehmung Ende März 2007 quasi «zu Grabe getragen» – also aufgelöst werden. Stellt sich dennoch die Frage, ob es die sechs Gymnasiasten reizen würde, «Cushion» weiterzuführen? «Auf den ersten Blick wäre es gewiss reizvoll. Realistisch gesehen, werden wir nach Erlangung des Maturitätszeugnisses alle unsere eigenen Ziele verfolgen», erklärt Kössler stellvertretend. ■

extra-web www.cushionbags.com

