

## BLICKPUNKT

## Hinterland

**REGION** Gemeindeverband stellt zusätzliches Personal ein

Weil die Mandate in der Berufsbeiratschaft markant zunehmen, schafft der Gemeindeverband SoBZ/KESB zwei neue Stellen.

SEITE 11

**ALTBÜRÜN** Glöglfrösche erhalten neues Zuhause

Das Smaragd-Projekt Oberaargau schafft mit einem neuen Weiher in der Altbürer Breiti Platz für junge Glöglfrösche.

SEITE 13



## Aus einer Vision wurde ein Unternehmen

**WILLISAU** Seit vier Jahren hilft das Kompetenzzentrum Cewas Start-Ups, die Lösungen für die nachhaltige Nutzung von Wasser haben. Ein zweites Programm widmet sich nun dem Lebensmittelbereich. Einer der Initianten ist der 30-jährige Willisauer Markus Hurschler. Vor zwei Jahren drückte er als Jungunternehmer noch selbst die Schulbank im Wellis-Gebäude.

von **Monika Wüest**

**Markus Hurschler\*, was bedeutet Ihnen das Essen?**

Sehr viel Lebensqualität. Das Einkochen, das Zubereiten, das Essen – das alles zu zelebrieren macht mir Spass. Sei es für mich alleine, oder gemeinsam mit Freunden.

**Was essen Sie am liebsten?**

Ich habe so vieles gerne, ich kann nichts davon herausheben. Sehr wichtig ist für mich die Ganzheitlichkeit eines Menüs, es muss in sich stimmig sein. Und es gibt richtige und falsche Momente für ein bestimmtes Essen. Dabei spielt die Saisonalität eine wichtige Rolle.

**War es für Sie schon immer klar, dass Sie sich im Beruf mit Lebensmitteln auseinandersetzen würden? Oder geschah das eher zufällig?**

Es war ein Prozess, der mich zu diesem Thema geführt hat. Ich habe zuerst Wirtschaft studiert und war nach dem Bachelor-Abschluss desillusioniert. Ich sagte mir: Geld zu machen kann nicht alles sein. Ich entschied mich darauf für ein Master-Studium, das sich mit Nachhaltigkeit und natürlichen Ressourcen beschäftigt. Und in der Freizeit begann ich mich mit Vertragslandwirtschaft auseinanderzusetzen. Dabei schliessen sich Bauern und städtische Konsumenten zusammen. Mittels Jahresverträgen verpflichten sich die Konsumenten zur Abnahme einer bestimmten Menge von frischen Lebensmitteln. Vor zwei Jahren war ich zudem zwei Monate lang in Zentralasien. Die Qualität der Lebensmittel dort war oft sehr tief, das hat mich fast depressiv gemacht. Das zeigte mir, wie wichtig das Essen und die Qualität der Lebensmittel sind. Seither sind sie ein zentraler Bestandteil meines Lebens.

**2012 haben Sie zusammen mit Kollegen den Verein Foodwaste.ch gegründet, mit dem Sie die Lebensmittelabfälle in der Schweiz thematisieren wollen. Wie kam es dazu?**

Zwei meiner Studienkollegen beschäftigten sich mit diesem Thema in ihrer Masterarbeit. Zu viert entschieden wir uns, etwas gegen die Verschwendung von Lebensmittelabfällen zu unternehmen und gründeten den Verein. Wir merken: Dieses Thema bietet viel Potenzial, um mit Unternehmen, Behörden und der Zivilgesellschaft zusammenzuarbeiten. Doch wir sahen auch: Als Verein sind wir für sie nicht immer der passende Ansprechpartner. Deshalb entschieden sich João Almeida und ich, eine Firma zu gründen, das Beratungs- und Projektunternehmen Foodways Consulting GmbH. Mit diesem beschäftigen wir uns nicht mehr nur mit Foodwaste, sondern mit diversen Nachhaltigkeitsthemen im Lebensmittelbereich.

**Was macht Ihre Firma genau?**

Wir sind ein Dienstleistungsunternehmen, das Projekte für eine nachhalti-



«Es braucht ein funktionierendes Businessmodell, um an einer Idee dranbleiben zu können. Daran denken Jungunternehmer oft zu wenig.»

**Markus Hurschler** Mitinitiant des Start-Up-Programms «Our Common Food»

ge Entwicklung im Lebensmittelbereich konzipiert und umgesetzt – wie nun etwa das Start-Up-Programm in Willisau. Und es funktioniert gut. Die Firma hat heute 430 Stellenprozent. Und wir können davon leben.

**Sie haben sich für die Firmengründung 2012 für das Start-Up-Programm bei Cewas angemeldet – obwohl sich dieses eigentlich mit Projekten im Wasser- und nicht im Lebensmittelbereich beschäftigt.**

Das stimmt. Als junge Studienabgänger, die nicht genau wussten, wie sie mit ihrer Idee Geld verdienen können, wurden wir auf Cewas aufmerksam. Wir sagten uns: Das Thema ist nebensächlich, es geht darum, das richtige Werkzeug mit auf den Weg zu bekommen.

**Seit diesem September bieten Sie unter dem Dach von Cewas selbst ein Start-Up-Programm für den Lebensmittelbereich an. Was war die Motivation dazu?**

2013 wollte der Bund die Lebensmittelverschwendung thematisieren und beauftragte unsere Firma damit. Wir entschieden uns, einen Wettbewerb durchzuführen. Gesucht waren die bes-

ten Ideen, um die Nahrungsmittelverluste in der Schweiz und in Entwicklungsländern zu reduzieren. Fast 60 Ideen wurden eingereicht. Drei davon wurden ausgezeichnet und erhielten finanzielle Unterstützung. Wir merken jedoch, dass auch viele der anderen Teilnehmenden Potenzial gehabt hätten. Wir dachten: Warum schlagen wir Cewas nicht vor, für den Lebensmittelbereich ein ähnliches Start-Up-Programm wie für den Wasserbereich anzubieten?

**Gleich für den ersten Jahrgang haben sich 14 Jungunternehmer für das Programm «Our Common Food» angemeldet. Es entspricht offenbar einem Bedürfnis.**

Es gibt viele junge Leute, die sich mit nachhaltiger Ernährung auseinandersetzen. Aber oft fehlt es an jemandem, der dabei hilft, das Ganze anzupacken und zu zeigen, wie man mit einer Idee Geld verdienen kann. Dass man ein funktionierendes Businessmodell braucht, um an einem Thema dranbleiben zu können – daran denkt man am Anfang oft zu wenig. Gerade, wenn man voller Tatendrang mit einer Vision von der Uni kommt, wie es bei uns der Fall

war. Hätten wir das bei Cewas nicht gelernt, wären wir heute kein funktionierendes Unternehmen.

**Was lernen die Jungunternehmer sonst bei Ihnen?**

Das Programm dauert ein halbes Jahr. In diesem treffen sich die Teilnehmer alle zwei Wochen. Sie holen sich individuell das Werkzeug, das sie brauchen. Etwa in den Bereichen Kommunikation, Recht, Finanzierung – und wie gesagt in der konzeptuellen Arbeit am Businessmodell. Wie verkaufe ich ein Projekt einer Finanzierungsstelle? Wie mache ich eine Offerte? Wie definiere ich mein Kundensegment? Solche Themen werden intensiv angeschaut.

**Vom Teilnehmer eines Start-Up-Programms zum Anbieter innerhalb von zwei Jahren – ein grosser Schritt?**

Ja, das ist ein sehr grosser Schritt. Wir massen uns aber keineswegs an, alles alleine machen zu können. Um ein solches Programm anzubieten, braucht es viele Experten und ein gutes Netzwerk. Wir sind vor allem für die Organisation des Ganzen zuständig.

**Sie haben namhafte Partner wie die ETH Zürich, die Hochschule für Lebensmittelwissenschaften HAFI oder die Agroscope ins Boot geholt. Und mit der Albert Koechlin Stiftung und dem Bundesamt für Landwirtschaft konnten Sie die Finanzierung für die ersten zwei Jahre sicherstellen. Wie haben Sie das geschafft?**

Wir hatten ein sehr überzeugendes Konzept (lacht). Nein, es war ein hartes Stück Arbeit, die richtigen Leute von unserem Projekt zu überzeugen. Aber wir sind drangeblieben. Und die Geldgeber sahen, dass unser Angebot einem Bedürfnis entspricht.

**Welche Art von Ideen wollen die Jungunternehmer bei «Our Common Food» umsetzen?**

Es sind ganz unterschiedliche Projekte von ganz unterschiedlicher Tragweite. Eine Gruppe will zum Beispiel den Konsum von Insekten als Proteinquelle vorantreiben. Das ist in unserer Kultur noch fremd – aber es ist ein Projekt mit viel Potenzial und grosser Tragweite. Ein anderes Projekt hingegen ist sehr konkret und auf einen Ort beschränkt. Es geht darum, in Zürich ein mobiles Take-Away-Angebot auf Cargo-Velos aufzubauen. Für das Essen wird unverkäufliches Frischgemüse aus der Landwirtschaft verkocht.

**Welchen Projekten geben Sie die grösste Chance?**

Grundsätzlich haben alle die gleichen Chancen. Das Entscheidende ist das Team, das dahinter steckt. Denn in der Regel scheitert ein Projekt nicht an der Idee, sondern an Faktoren, die im Team nicht stimmen. Dieses muss gut zusammenarbeiten und den nötigen Durchhaltewillen haben.

**Und was sind Ihre nächsten Ziele mit der eigenen Firma?**

Nach zwei Jahren ist es Zeit für die erste Zwischenbilanz. Wir müssen uns klar werden: Wohin wollen wir mit unserer Firma thematisch? Was wollen wir persönlich? Wir befinden uns nach wie vor in einem Entwicklungsprozess. Klar ist für uns: Die Firma Foodways Consulting GmbH ist unser Baby. Wir wollen dranbleiben.

\* Markus Hurschler (30) lebt in Willisau und Bern. Er ist Gründer, Mitinhaber und Co-Geschäftsleiter der Firma Foodways Consulting GmbH. Sein Studium hat er mit einem Master in Sustainable Development (Uni Basel) sowie einem Bachelor in International Management (FHNW) abgeschlossen.

## 21 Start-Ups und ein neues Programm

Im Mai 2011 nahm Cewas, ein internationales Kompetenzzentrum für Wassermanagement, in Willisau den Betrieb auf. Das Ziel: einen bedeutenden Beitrag zur Lösung der globalen Wasserkrise leisten. Das Mittel: Neugründungen von Unternehmen ermöglichen, die Lösungen für die nachhaltige Nutzung von Wasser haben. 28 neuen Unternehmen hat das Programm seit 2011 zu einem erfolgreichen Markteintritt verholfen – fünf davon haben sich in Willisau niedergelassen.

Seit September werden in der Willisauer Firmenschmiede wieder neue Start-Up-Firmen gegründet. Bereits zum vierten Mal findet der einjährige Kurs statt, der gezielt Wasser-Start-Ups bei der Firmengründung unterstützt. Neben Firmen im Wasserbereich werden dieses Jahr im neuen Start-Up-Programm «Our Common Food» auch erstmals Firmen aus dem Agri-Food-Bereich ausgebildet. Insgesamt 21 Start-Ups aus der Schweiz, aber auch von Holland, Spanien, Guatemala oder der Ukraine, entwickeln in den Räumlichkeiten der Möbelfabrik Wellis innovative Geschäftsideen für den Wasser- und Lebensmittelsektor.

### Erfolgreiches Unternehmen made in Willisau

Die Idee eines zweiten Start-Up-Programms unter dem gleichen Dach stammt vom Willisauer Markus Hurschler und seinem Geschäftspartner João Almeida. Vor drei Jahren gründeten die beiden Jungunternehmer ihr eigenes Start-Up, die «Foodways Consulting GmbH» mit Sitz in Willisau. In kurzer Zeit haben sie sich zu einem erfolgreichen Beratungsunternehmen im Schweizer Lebensmittelbereich entwickelt. «Das Cewas-Start-Up-Programm hat uns selbst damals bei der Firmengründung sehr geholfen», erklärt Markus Hurschler. «Für Start-Ups im Agri-Food-Bereich gab es keine solche spezifische Unterstützung. So haben wir beschlossen, unser eigenes Start-Up-Programm in Zusammenarbeit mit Cewas zu initiieren.»

Einige Teile der Start-Up-Ausbildung, zum Beispiel die Entwicklung des Businessmodells oder des Businessplans, machen Almeida und Hurschler gemeinsam mit Cewas. Dazu kommen spezielle «Food-Module», die sie getrennt durchführen, sowie eigene Experten und Coaches. «Wir sind sehr glücklich, dass die Teilnehmer von der professionellen Unterstützung und spezialisierten Netzwerken profitieren können», sagt Almeida.

Im ersten Ausbildungsjahr begleitet «Our Common Food» bereits 14 Start-Ups, davon elf aus der Schweiz. Die Bandbreite reicht vom alternativen Supermarkt über Initiativen, die Foodwaste reduzieren, bis hin zu solarbetriebenen Kühlschränken für Afrika.

Weitere Infos: [www.cewas.org](http://www.cewas.org), [www.ourcommonfood.ch](http://www.ourcommonfood.ch).