



Bündner Tagblatt
7007 Chur
081/ 255 50 50
www.buendnertagblatt.ch/

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 7'957
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Themen-Nr.: 541.003
Abo-Nr.: 1008268
Seite: 3
Fläche: 60'884 mm²

Eine frische Geschäftsidee

Produzenten von **regionalen Spezialitäten** und Genussentdecker aus der ganzen Schweiz haben eine neue Partnervermittlung: den **Online-Shop buyfresh** in Maienfeld. Ein **Bündner Start-up** mit Geschichte.



«Coolinahrig» online bestellen: **Franco Jenal**, Geschäftsführer von buyfresh, präsentiert die «coolibox», eines der Produkte aus dem **Online-Shop mit Spezialitäten** aus der ganzen Schweiz. (FOTO NORBERT WASER)

► NORBERT WASER

S

Selbstständiger Jungunternehmer zu sein, eine Start-up-Firma zu gründen, sein eigener Chef zu sein; jahrelang hat Franco Jenal (47) andere motiviert, den Weg in die Selbstständigkeit zu wagen und eine eigene Firma zu gründen. Als

früherer Geschäftsführer des Wirtschaftsforums Graubünden und des Unternehmergründungszentrums Innozet in Grusch und als langjähriges Geschäftsleitungsmitglied des Industrieunternehmens Trumpf hat er tiefen Einblick in das Innenleben der Wirtschaft erhalten. «Ich war bisher immer jener, der die kritischen Fragen stellte», meint Jenal mit Blick auf die unzähligen Businesspläne, die er schon auf ihre Tauglichkeit hin beurteilt hat.

Den Weg in die Selbstständig-

keit bereits gewagt hat Daniel Kohler (49), Gründer und CEO der im E-Business tätigen Firma io-market AG in Vaduz. «Gemeinsam ist uns die Liebe zu kulinarischen Spezialitäten», sagt Franco Jenal. So sind die beiden immer auf der Suche nach leidenschaftlichen Produzenten und hochwertigen Spezialitäten. Produzenten und genussorientierte Konsumenten in der Schweiz zusammenzubringen, das war der Ursprung der Geschäftsidee von buyfresh.



Bündner Tagblatt
7007 Chur
081/ 255 50 50
www.buendnertagblatt.ch/

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 7'957
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Themen-Nr.: 541.003
Abo-Nr.: 1008268
Seite: 3
Fläche: 60'884 mm²

Die Kunst, gefunden zu werden

Der Online-Einkauf gehört zu den grossen Trends im Detailhandel. Das haben auch die Grossen wie Migros und Coop längst entdeckt. «Wir setzen bewusst auf eine Nische, indem wir die besten regionalen Spezialitäten aus der Schweiz direkt vom Produzenten zum Kunden bringen», umschreibt Franco Jenal die Strategie. «Die grosse Kunst ist es, im World Wide Web gefunden zu werden, das Bedürfnis ist sowohl auf der Produzenten- als auch auf der Konsumentenseite vorhanden.» So haben viele Produzenten das Bedürfnis, einen Online-Shop zu betreiben, oft fehlen ihnen aber das Know-how und die personellen Kapazitäten. Auf der anderen Seite gibt es eine wachsende Gruppe sogenannter «Foodscouter» mit hohem Essbewusstsein, die stets auf der Suche nach qualitativ hochwertigen Spezialitäten sind.

Die Post holts, die Post bringt

Ein zentraler Erfolgsfaktor, so hoffen die Betreiber des Online-Shops, ist die Einfachheit der Nutzung auf beiden Seiten. Der Produzent muss sein Produkt lediglich einpacken und verschicken, der Kunde erhält

es per Post zugestellt, alles andere macht buyfresh. «Diese Einfachheit hat einen komplexen Unterbau, von dem Produzent und Kunde aber nichts spüren sollen», sagt Jenal. So muss der Produzent nicht einmal eine Rechnung schreiben, er erhält einen Lieferschein mit Barcode, und auch das Risiko und den Kundenkontakt übernimmt buyfresh. Auch das Marketing ist Aufgabe der Betreiber des Online-Shops, so auch durch den Besuch von Messen

Empanadas, Vestibeeef, coolibox

Inzwischen umfasst das Sortiment rund 500 Produkte von über 50 Produzenten aus allen Landesteilen. Unter der Rubrik «meist gekauft» figurieren diese Woche unter anderem die Muotataler Huuswüstli, Engadiner Bergkäse rezent der Käserei Ftan oder Pesto rosso di Vallese von Horny Chef aus Saas Fee. Mittels Filter kann sowohl nach Regionen oder Produkten – auch veganen – gesucht werden. So gibt es vegane Empanadas mit Schweizer Spinat im Angebot. «Primär wollen wir Schweizer Lebensmittel», schränkt Franco Jenal ein. «Es kann aber durchaus auch Lachs mit deklarierter Herkunft sein, der hier veredelt wird.» Aktion der Woche ist aktuell

eine Bio-Poulet-Box des Familienbetriebes Clavadetscher in Malans. «Bei Fleischprodukten achten wir darauf, dass möglichst das ganze Tier verwertet wird und nicht bloss die Filetstücke im Angebot sind», betont Jenal. Unterstützt wird diese Philosophie auch durch Rezepte. «Online einkaufen – lustvoll kochen – entspannt geniessen», lautet das Motto. Buyfresh soll auch Anleitungen bieten, wie die gekauften Produkte kreativ zubereitet werden können. Aktuell beispielsweise Ur-dinkel Tagliatelle mit Eigelb und Zwiebeln mit Dave Wälti «marmite Youngster 2015». Gefragt sind auch die Geschenkpakete, so die Holzkistchen «coolibox», selbstredend mit «coolinahrig» als Inhalt.

Noch ist es für das Start-up-Unternehmen ein weiter und anspruchsvoller Weg bis zum Erreichen der Gewinnschwelle. Die buyfresh-Gründer sind aber überzeugt, dass noch viele Produzenten und Kunden buchstäblich auf den Geschmack kommen werden. «Was ich dazugewonnen habe ist viel mehr als das, worauf ich verzichten muss», so das persönliche Fazit von Franco Jenal gut ein Jahr nach der Firmengründung.