

# Die Durststrecke für Bündner Jungunternehmer ist lang

**Die Junge Wirtschaftskammer Chur will kein blosser Debatierclub sein, sondern aktiv Wirtschaftsförderung betreiben. Zu diesem Zweck wurde das Projekt «Pro Jungunternehmer» ins Leben gerufen.**

Von Dario Morandi (Text)  
und Rolf Canal/Theo Gstöhl (Bilder)

Chur. – Für sogenannte «Start-ups» ist Graubünden ein eher steiniges Pflaster. Die Banken sind mit der Gewährung von Startkapital meist mehr als nur zurückhaltend, und die übrigen Rahmenbedingungen könnten ebenfalls besser sein. Das wissen Nicole Di Vizio, Ina Good-Rijswijk und Martin Bundi aus eigener Erfahrung. Aber sie haben es trotzdem geschafft: Di Vizio ist Inhaberin des Marketingunternehmens Prozess-Piraten mit Filialen in Chur und Ulm, Good-Rijswijk handelt mit ihrer Firma Ina Immobilien AG in Chur und Samedan mit Liegenschaften, und Bundi verdient sein Geld mit einem eigenen Treuhandunternehmen. Er präsidiert zurzeit auch die Junge Wirtschaftskammer Chur.

## Für den Start braucht es Geld

Ina Good-Rijswijk beispielsweise hat vor fünf Jahren mit dem Immobilienhandel begonnen. Es sei alles andere als leicht gewesen, eine eigene Firma aufzubauen. Aber weil sie früher bei einer Bank gearbeitet habe, habe sie bei der Firmengründung auf die Unterstützung ihres Exchefs zählen können, erzählt die gebürtige Holländerin. Hilfe bekommen aber nicht alle: «Ein neues Unternehmen zu gründen ist enorm schwierig, weil man von aussen kaum Unterstützung bekommt», sagt Nicole Di Vizio, die frühere Kommunikationschefin bei Davos Tourismus war. Für den Start in die Selbstständigkeit habe es viel Kraft, Ausdauer, eine gehörige Portion Einfallsreichtum und letztlich viel Improvisationstalent gebraucht, sagt sie. Die Selbstständigkeit sei zwar faszinierend, meint Martin Bundi. «Aber für eine Firmengründung braucht es zunächst einmal viel Geld.»

Die Junge Wirtschaftskammer will sich nun aber dafür einsetzen, damit es innovative junge Leute bei Start-ups künftig etwas leichter haben. Dafür haben sie als Mitglieder der Jun-

gen Wirtschaftskammer ein Projekt lanciert. Es nennt sich «Pro Jungunternehmer» und läuft bis 2014. Das Ziel des Projekts sei, Jungunternehmer in ein Netzwerk mit «Gleichgesinnten» einzubinden, erklärt Di Vizio. Im Vordergrund steht dabei der Aufbau von Kontakten zu Firmeneinhabern, die bereits erfolgreich in der Wirtschaft tätig sind. Diese könnten Jungunternehmern Tipps und Tricks weitergeben, glaubt die Marketingleiterin. Aber nicht nur das: Damit werde die Junge Wirtschaftskammer mit einer Förderungsaktion in Zusammenhang gebracht, was bei der Mitgliederwerbung von Vorteil sei.

## Die eigene Firma präsentieren

Die Beratung der Jungunternehmer durch Fachleute, die aus den Reihen der Jungen Wirtschaftskammer und anderen Institutionen der Wirtschaft rekrutiert werden, ist gemäss Di Vizio Worten kostenlos. «Jeder Experte investiert dafür zwei Stunden und entscheidet dann selber, ob und wie er das Jungunternehmen weiter unterstützen will.» Im Vorfeld erhalte ein Jungunternehmer zunächst die Gelegenheit, einen Anlass der Jungen Wirtschaftskammer als Plattform zu nutzen, um seine Unternehmung vorstellen zu können. Ansprechpartner sei der jeweilige Präsident, der das Projekt koordiniere, steuere und organisiere. Der Vorsitzende entscheide zudem, «wer als Jungunternehmer durch das Förderungsprogramm geschleust wird», so Di Vizio weiter.

## Ein Netzwerk, um Türen zu öffnen

Mit dem Projekt verspricht sich die Junge Wirtschaftskammer mehr Attraktivität. «Bei uns gibt es nur wenige Unternehmer, viele Stellvertreter in einem Angestelltenverhältnis», weiss Präsident Bundi. Auch gebe es nur eine geringe Anzahl von Vertretern aus handwerklichen Berufen. Von einem optimierten «Mitglieder-Mix» verspricht sich Bundi einiges. Damit liesse sich ein Netzwerk knüpfen, «damit die eine oder andere Tür geöffnet werden kann». Denn ohne diese Möglichkeit komme man in der Geschäftswelt kaum weiter.



Vom Exchef unterstützt: Immobilien-Unternehmerin Ina Good-Rijswijk.



Viel Geld in die Hand nehmen: Treuhänder Martin Bundi.



Kaum Unterstützung bekommen: Marketingleiterin Nicole Di Vizio.