

Die nächste Beilage  
**RegionalWirtschaft**  
erscheint am 6. Mai 2022

# Leuchtend grüne Sommerküsse

**Weisslingen** Mit einem selbst entwickelten Sommerdrink wollen Dominik Frey aus Weisslingen und Boris Malivuk den Getränkemarkt aufmischen. Ihr Zitronengras-Likör fällt auf mit seiner leuchtend grünen Farbe.

**Jörg Marquardt**

Wie schmeckt der Sommer? Nach Glace, sagen die einen. Nach Pommes in der Badi, die anderen. Für den Weisslinger Dominik Frey und seinen Geschäftspartner Boris Malivuk schmeckt er eindeutig nach Zitronengras. Gemeinsam haben sie einen neuen Sommerdrink entwickelt: Besito (auf Deutsch: Küsschen) ist ein hellgrüner Zitronengras-Likör. Er soll die Basis bilden für Mischgetränke mit Prosecco. Daneben gibt es den Besito auch als alkoholfreie Variante Besito Cero.

Die beiden Jungunternehmer pflegen eine klare Arbeitsteilung. «Ich kümmere mich in erster Linie um das Geschäftliche», sagt Frey. Der 34-Jährige hat bereits grossen Erfolg mit einer Firma für Escape-Rooms in der Stadt Zürich und bringt entsprechend viel Erfahrung beim Aufbau einer Unternehmung mit. «Ich bin zahlen- und IT-affin», sagt er, «dafür ist Boris der starke Mann für alles Gastronomische.»

## Ein Barbesuch als Auslöser

Malivuk (52) absolvierte die Hotelfachschule und arbeitet Teilzeit im Service eines Restaurants. Auf ihn geht die Idee für den neuen Likör zurück: Bei einem Barbesuch im Sommer 2018 ist er so begeistert von einem Prosecco mit Zitronengras-Sirup, dass er den Sirup mit seiner Partnerin nachkocht und, mit Prosecco aufgefüllt, an privaten Feiern serviert. Der neue Hausdrink entwickelt sich schnell zum Renner im Freundeskreis, wie er berichtet.

Ein Jahr später brennt Malivuk einen ersten Zitronengras-Schnaps – der Auftakt einer langen Versuchsreihe. Bis Mitte 2020 entstehen in seinem «Heimlabor» die Prototypen des Besito. «Ich konnte vorher schon Erfahrungen sammeln, aber Getränke habe ich bis dahin noch nicht produziert», sagt er.

In dieser Phase stösst Frey zum Projekt. Er hilft mit, eine grosse Testdegustation in einer Stadtzürcher Bar durchzuführen. Der Anlass findet im August 2020 statt. «Ich wollte ein unvoreingenommenes Feedback von wildfremden Leuten», sagt Malivuk.

Das Ergebnis ist ermutigend – trotz einzelnen kritischen Stimmen. Daraufhin beschliesst der Hobby-Produzent, den Besito künftig kommerziell zu vermarkten. In Frey findet er einen Mitstreiter. Statt weiter privat zu mischen und abzufüllen, suchen sich die beiden einen professionellen Spirituosenhersteller. Die Wahl fällt auf Latelatin in Winterthur. «Dort haben wir unsere Getränke weiter verfeinern und an die gesetzlichen Bestimmungen anpassen lassen», sagt Malivuk.



Der Weisslinger Dominik Frey (rechts) und sein Kollege Boris Malivuk gehen mit ihrem Besito unter die Getränkehersteller. Foto: Christian Merz

## «Wir machen uns keine Illusionen: Keiner hat auf uns gewartet.»

**Boris Malivuk**  
Getränkeproduzent

Unter anderem sei der alkoholfreie Besito dahingehend optimiert worden, dass er als Mischgetränk identisch schmecke wie sein alkoholisches Pendant. Zusätzlich wird die Produktpalette um eine Zitronengras-Variante des Limoncellos erweitert: den Besticello.

## Ein hart umkämpfter Markt

Im Juli 2021 gründen Malivuk und Frey die Delibev GmbH, um ihr Start-up-Projekt rechtlich abzusichern und die Weichen für einen professionellen Betrieb zu stellen. «Natürlich wünschen wir uns, dass der Verkauf durch die Decke geht, aber wir haben keine konkreten Ziele definiert», sagt Frey. Sein Geschäftspartner ergänzt: «Es wäre schön, wenn wir von dem Geschäft leben könnten, aber wir machen uns keine Illusionen: Niemand hat auf uns gewartet.» Der Getränkemarkt sei hart umkämpft, die grossen Hersteller hätten ihn unter sich aufgeteilt.

Trotzdem glauben die beiden an den Erfolg ihrer Produkte. Der anhaltende Trend zu Prosecco-Cocktails auf Basis von Schnapsen und Likören spielt ihnen in die Hände, wie Malivuk ausführt.

Zudem würden auch alkoholfreie Getränke derzeit einen Boom erleben, weil sich viele Menschen zunehmend bewusst ernähren. «Mit dem Zitronengras setzen wir auf eine Trendzutat aus der Küche, die bisher nur in wenigen Getränken vorkommt.»

Die leuchtend grüne Farbe soll den Besito von Konkurrenzprodukten abheben und durchaus polarisieren. «Beim Anblick der Farbe haben einige Testpersonen zuerst ablehnend reagiert, hinterher waren sie aber begeistert», sagt Frey. Dass der Drink grün geworden sei, hänge mit seinen Bestandteilen zusammen. Neben dem Zitronengras bestehe er aus weiteren natürlichen Aromen.

## Crowdfunding gestartet

Wer die Besito-Produkte ausprobieren will, muss sich bis zum Sommer gedulden. Erst dann werden sie im Handel und in ausgewählten Restaurants erhältlich sein – so der Plan.

Die erste Charge haben Malivuk und Frey aus den eigenen finanziellen Mitteln gestemmt. Daher fällt die Produktmenge relativ klein aus. «Es reicht für den Start, aber für die weitere Produktion sind wir auf Unterstützung angewiesen», sagt Frey.

Daher sammeln sie seit Anfang April über eine Crowdfunding-Plattform das Kapital für eine Grossproduktion. Je nach Höhe der finanziellen Unterstützung erhalten die Kapitalgeber ein «Goodie» – zum Beispiel eine Flasche Besito zusammen mit zwei Flaschen Prosecco zum Mixen.

Das Crowdfunding läuft gestaffelt ab: Der Zielbetrag der ersten Etappe beträgt 15 000 Franken. Damit könnten Malivuk und Frey je 4000 Flaschen des alkoholischen und des alkoholfreien Besito produzieren. In der zweiten und dritten Etappe streben sie 30 000 beziehungsweise 45 000 Franken an, um die Produktionsmenge weiter zu erhöhen und zusätzlich den Besitocello in grösserem Umfang zu produzieren.

«Die Staffellung ist der entscheidende Faktor», sagt Frey. «Je höher die Stückzahl, umso günstiger können wir unsere Produkte am Ende absetzen.» Ziel sei es, ihre Getränke auf einem ähnlichen Preisniveau wie ihre Mitbewerber zu verkaufen, sprich: nicht über 20 Franken pro Flasche.

## Noch viel zu tun

Das Crowdfunding läuft noch bis Ende Mai. Bisher sind rund 7400 Franken zusammengekommen. Das entspricht 50 Prozent des angestrebten Kapitals für die erste Etappe (Stand Dienstagabend). «Diese Etappe sollten wir problemlos knacken, die zweite liegt im Bereich des Möglichen, die dritte ist unser Wunschziel», sagt Frey. In jedem Fall würden sie eine grössere Produktionsmenge bei ihrem Winterthurer Produzenten in Auftrag geben können.

Bis zu den ersten Bestellungen liegt noch einiges an Arbeit vor ihnen, wie Boris Malivuk zugeibt. Es stehen unter anderem Verhandlungen mit einem möglichen Distributor an. Zudem wollen sie verschiedene Gastro-Betriebe aufsuchen, um ihre Getränke bekannt zu machen. «Wir nutzen jede freie Minute, um unser Projekt voranzutreiben.»

Unter folgendem Link können Interessierte das Besito-Projekt von Dominik Frey und Boris Malivuk via Crowdfunding unterstützen: <https://www.crowdfly.net/de/projekt/besito-zitronengras-likoer/project>.

ANZEIGE

## Geldtipp



**Lars Studer**  
Vorsitzender der Bankleitung  
Raiffeisenbank Zürcher Oberland

## Mit dem Fondssparplan durchstarten

Im Kindesalter kümmern sich für gewöhnlich Eltern um die finanziellen Angelegenheiten ihres Nachwuchses. Welche Möglichkeiten haben Eltern, damit Kinder später genügend Geld für einen guten Start ins Erwachsenenalter haben?

Eine Weltreise, ein eigenes Auto, Möbel für die erste Wohnung: Junge Menschen sind voller Wünsche, die sie finanziell oft nur schwer selber realisieren können. Zwar bekennen sich gemäss der repräsentativen Studie «Juvenir 3.0 – Geld (k)ein Thema» 83 % der 15- bis 21-jährigen Jugendlichen dazu, regelmässig Geld zu sparen. Im Durchschnitt legen sie bis 100 Franken pro Monat auf die hohe Kante. Doch die Hauptmotivation für temporäre Sparsamkeit ist meist der Wunsch nach einer kleineren Anschaffung wie ein Laptop, ein Mountainbike oder das Fitness-Abo.

## Sparen ja – aber bitte mit Hilfe der älteren Generationen

Für eine langfristige Ansparung von Kapital im Hinblick auf ein Studium, einen Sprachaufenthalt oder ein eigenes Auto fühlen sich die wenigsten Jugendlichen im Stande. So sind laut der Studie 89 % der 15- bis 21-Jährigen klar der Meinung, dass Eltern den finanziellen Grundbedarf ihrer Kinder bis zum Einstieg ins Berufsleben decken sollten. Dieser Standpunkt wird auch von den Eltern selbst in den meisten Fällen geteilt. Sie und weitere Angehörige wie Grosseltern, Götti und Gotte sind oft sogar überzeugt, dass dem heranwachsenden Kind mittels Eröffnung eines Jugendsparkontos mit jährlichen Einzahlungen die langfristige Ansammlung eines Startkapitals gewährt werden sollte.

## Mit einem Fonds-Sparplan kann die Wunschliste erweitert werden

Der gute Wille von Angehörigen, ihrem Nachwuchs mit finanzieller Hilfe beste Zukunftschancen zu bieten, ist offenkundig. Mit Cleverness und der Wahl des optimalen Anlagevehikels kann diese Unterstützung bei gleichem Einsatz noch viel tüpiger ausfallen. Fondssparpläne, bei denen regelmässig Einzahlungen in einen Investmentfonds getätigt werden, eignen sich ideal für Eltern, Grosseltern, Götti oder Gotte. Dabei wird beispielsweise regelmässig ein Betrag von mindestens 100 Franken in Anlagefonds investiert. So ergeben sich unter Umständen markante Mehrerträge. Ein unverbindliches Gespräch mit dem Kundenberater hilft bei der Suche nach der passenden Sparvariante für einen erfolgreichen Start ins Erwachsenenleben.

# Dormakaba will mit Verkauf Trendwende im Amerika-Geschäft einleiten

**Wetzikon** Der Schliessstechnikkonzern Dormakaba verkauft seine US-Tochterfirma.

Schon länger ist Dormakaba das Geschäft mit Metallhohltüren in den USA ein Dorn im Auge. Laut dem Wetziker Schliessstechnikkonzern zieht der schlechte Geschäftsverlauf seiner 2016 erworbenen Tochterfirma Mesker das gesamte Amerika-Geschäft in Mitleidenschaft. Die frühere CEO Sabrina Soussan hat im September 2021 anlässlich der Präsentation der Jahresbilanz von einer «sehr, sehr ungenü-

genden Performance» gesprochen und auch die Möglichkeit eines Verkaufs dieser Geschäftseinheit zwischen den Zeilen durchblicken lassen.

Dazu kommt es jetzt, wie Dormakaba mitteilt. Man habe eine Vereinbarung zur Veräusserung an die Haupteigentümer von Trimco und Metal Manufacturing Industries (MMD) unterzeichnet. Bei der US-amerikanischen Trimco handle es sich um den führen-

den Anbieter von Tür- und Baubeschlägen in Nordamerika, bei MMI um den führenden Hersteller von Metallhohltüren und -rahmen im mexikanischen Markt. Die 300 von der Transaktion betroffenen Mitarbeitenden sollen von den neuen Eigentümern übernommen werden.

Dormakaba sieht im Verkauf der Geschäftseinheit einen wichtigen Schritt für eine Trendwende im Amerika-Geschäft und

für die Umsetzung ihrer Wachstumsstrategie. «Diese Veräusserung wird unsere Region Americas in die Lage versetzen, sich auf unser Kerngeschäft zu fokussieren», lässt sich CEO Jim-Heng Lee in der Mitteilung zitieren.

Trotzdem erwartet Dormakaba zunächst einen negativen Effekt in Höhe von rund 64 Millionen Franken auf den Konzerngewinn. Zurückzuführen sei dies überwiegend auf eine Werbe-

einträchtigung des Goodwills. Da sich durch den Verkauf keine wesentlichen Auswirkungen auf den Cashflow ergeben würden, will der Verwaltungsrat die Transaktion bei der Festsetzung der Dividende für das laufende Geschäftsjahr 2021/2022 nicht berücksichtigen.

Über die weiteren finanziellen Angaben der Transaktion haben die Vertragspartner stillschweigen vereinbart. (jfm)