

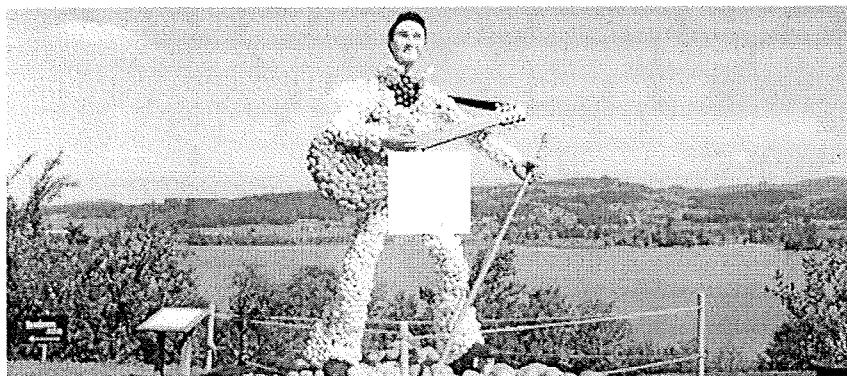


Schweiz

Gebrüder Jucker: Auf Umwegen zum Kürbisimperium

Mariska Beirne, Journalistin

20.01.2015 Mit einer grossen Portion jugendlichen Leichtsinns und ungeheurer Tatkraft stellen die Jungbauern Martin und Beat Jucker in den Neunzigerjahren ein Kürbisimperium auf die Beine, das sie ein paar Jahre später mit demselben Rezept um ein Haar ruinierten. Heute stehen die umtriebigen Brüder einem überaus erfolgreichen Unternehmen mit mehr als 150 Angestellten vor und 2014 wurde den beiden die renommierte Auszeichnung «Entrepreneur of the Year» verliehen.



Barfuss geht Martin Jucker über den Hofplatz. Es ist nicht etwa Sommer, sondern Dezember, die Temperatur befindet sich knapp über dem Gefrierpunkt im Zürcher Oberländer Bilderbuchdorf Seegräben. Nebelschlieren liegen auf dem Pfäffikersee, ein feiner Dunst verhindert die Sicht auf das sonst spektakuläre Alpenpanorama. Martin Jucker geht an kunstvoll gestalteten Strohfingern vorbei, tritt ins warme Restaurant, wo es nach frischem Gebäck riecht. Er spricht ein paar freundliche Worte mit den Angestellten und steigt weiter baren Fusses einige Holzstufen in das Stübli des Lokals hinauf.

Auf der Suche nach dem Aussergewöhnlichen

«Bis vor einigen Jahren war das hier tatsächlich die Stube unserer Eltern. Heute wohnen sie über der Strasse im Stöckli», erzählt Jucker. Der Betrieb des Vaters sei bereits keine subventionierte Milch- und Getreidewirtschaft mehr gewesen, sondern ein Obstbaubetrieb, wo man ohne Abnahmegarantie des Bundes selber verkaufen musste. «Das unternehmerische Denken wurde uns wohl schon in die Wiege gelegt», folgert Jucker. In den 1990er-Jahren übernahmen Beat und Martin Jucker die Höfe ihrer Eltern, jenen in Seegräben und einen weiteren in Rafz. Die beiden Höfe würden nicht ausreichen, um zwei Familien zu ernähren, das war klar. Doch was tun? Den rentablen Hofladen mit Spezialitäten ergänzen? Aber welche? Da fiel Beat Jucker ein Zeitungsartikel in die Hände: Ein Bauer in Frankreich hatte 80 verschiedene Kürbissorten angepflanzt und in einem Einkaufszentrum ausgestellt. «Kürbisse!» dachten sich die Brüder und wollten gleich Saatgut bestellen.

Vom Erfolg überrascht

In der Schweiz gab es damals genau eine Sorte Kürbissamen, und so reiste Beat Jucker nach Frankreich zum beschriebenen Bauern. Zurück kam er mit 80 Tütchen überteuerten Samen. «Ohne genau zu wissen, wie man Kürbisse zieht, säten wir 1 ½ Hektaren Testfläche an. Kurz bevor unsere Obsternte anstand und wir für die Kürbisse keine Zeit mehr haben würden, gingen wir an die Ernte: Wir hatten mit 10 Tonnen Kürbissen gerechnet, 50 Tonnen waren das überwältigende Resultat», erinnert sich Martin Jucker. Sein Bruder Beat, der inzwischen dazu gestossen ist, ergänzt: «Wir hatten erst keine Ahnung, was wir damit anfangen sollten, deshalb stapelten wir die Kürbisse nach Sorten geordnet unter den Vordächern auf unserem Hofplatz.» Die Idee war, die verschiedenen Sorten nach der Obsternte der Reihe nach zu testen, um zu sehen, bei welchen sich ein Weiterverfolgen lohnen würde. Die Kunden waren begeistert von der nie gesehenen Kürbisvielfalt und meinten: «Was für eine tolle Kürbisausstellung!» Gerade stand die Neueröffnung des umgebauten Hofladens an. Kurzsentschlossen nahmen die Juckers die zufällig entstandene Kürbisausstellung mit auf das Plakat und hofften an einem schönen Herbstsonntag auf einige Hundert Besucher. Es kamen 8000. «Wir konnten den Leuten zwar nicht sagen, wozu sich welche Kürbisse eigneten und sie wussten es auch nicht, aber zwei Wochen später waren alle Kürbisse weg», grinst Beat Jucker rückblickend.

Weltrekorde und Superlative

«Weil wir viel mehr als geplant produziert hatten, verkauften wir auch viel mehr als geplant.

«Die Logik verfolgten wir weiter,» erklärt Martin Jucker. Für das Folgejahr rechneten die Brüder die 8000 Besucher grosszügig auf zwei Monate um und kamen auf 100'000 Gäste. Dafür bauten sie 300 Tonnen Kürbis an, und statt die Ausstellung im Herbst mit 10 Tonnen auf dem Hofplatz zu beginnen, schichteten sie gleich 100 Tonnen auf und warben mit der «Weltgrössten Kürbisausstellung». Das Brechen von Rekorden gehörte von nun an zur Tagesordnung: Auf dem Hof stand bald eine 12 Meter hohe Kürbispyramide – 4 Meter entsprachen dem bisherigen Weltrekord und der weltgrösste Kürbis wurde, als grosses Medienspektakel inszeniert, von den USA nach Seegraben eingeflogen. Am Ende der Saison hatten die Juckers ihre ehrgeizigen Besucherziele um 50 Prozent übertroffen. Ihr Rezept «Übertreiben auf der ganzen Linie» hatte einmal mehr funktioniert. Es folgte eine ausverkaufte Halloweenparty, die im Jahr darauf bereits das Hallenstadion füllte, die Belieferung des Detailhandels und die Expansion nach Ludwigsburg, Deutschland, wo sie fortan die weltgrösste Kürbisausstellung veranstalteten.

Balancieren am Abgrund

Weil die meisten Konsumenten von den Kürbissen zwar fasziniert waren, jedoch keine Idee von der Zubereitung des neuen Gemüses hatten, produzierten die Juckers ein Kochbuch. «Von Büchern hatten wir noch weniger Ahnung als von Kürbissen und auf die Frage, wie hoch die Auflage sein sollte, sagte einer: 100'000 Stück. Als im Herbst drei Lastwagen mit Anhängern vollbeladen mit Büchern vorfuhren, fragten wir uns: Wohin damit?» entsinnt sich Martin Jucker. Statt mit Kürbissen wurde eine Scheune nun mit Büchern gefüllt. Am Ende der Saison 2000 konnten die Juckers zwar mit neuen Besucherrekorden auftrumpfen, doch die gesamte Liquidität des Unternehmens befand sich in einer Scheune zwischen tausenden Buchdeckeln. Beat Jucker schüttelt den Kopf über die eigene Unerfahrenheit damals und stellt fest: «Diese Bücherbestellung war fatal für uns – wir hatten uns massiv verrechnet.» Zeitgleich war die New-Economy-Blase geplatzt - die Banken verhielten sich plötzlich zurückhaltend. Konventionelle Kredite, Venture Capital, Crowd Funding – nichts funktionierte mehr. Ein Bekannter der Juckers, Kurt Pfister, der damals gerade aus dem Migros Management pensioniert wurde, war bereit, sich ein Bild von der Situation zu verschaffen: «Eine solch haarsträubende Sauerei in nur einem Jahr angerichtet, habe er in seinem Leben nie gesehen, sagte er uns geradeaus,» erzählt Martin Jucker. Sie hatten Glück: Pfister war bereit, seine frei gewordenen Kapazitäten dem Jungunternehmen zur Verfügung zu stellen. Er nahm die Sanierung in die Hand und dank ihm kamen die Juckers wieder an Kredite – allerdings in bescheidenerem Umfang als geplant und die Expansion in die halbe Welt war vorerst gestoppt.

Erwachsen geworden

Es folgten zwei zähe Sanierungsjahre: «Dass die Banken nicht mehr an uns glaubten, spornte uns an. Denen wollten wir es zeigen,» blickt Beat Jucker zurück. Und die Ideen sprudelten nach wie vor; nun wurden sie einfach etwas gemässiger umgesetzt. Als die Juckerfarm wieder schwarze Zahlen schrieb, bedrohten Konflikte mit den Behörden das Geschäft: «Als Bauernbetrieb bewegen wir uns in einem stark regulierten Bereich. Beispielsweise durften die Firmenanlässe nicht in Gebäuden stattfinden, die in der Landwirtschaftszone lagen, zudem hatten wir Probleme mit einem kleinen Teil der Seegräbner Bevölkerung, der sich am Verkehr zu unserem Hofladen störte,» erklärt Beat Jucker. Die Konflikte wurden mit einem kantonalen Gestaltungsplan und einem Verkehrskonzept gelöst. In der Folge mussten Kunden 200 Meter unterhalb des Hofes parkieren, was für ein Geschäft, das hauptsächlich Äpfel, Kartoffeln und Kürbisse verkaufte, nicht sehr attraktiv war. Die Prognose der Behörden war eine Einnahmeseinbusse von 20 – 30 Prozent, die Juckers rechneten mit 60, in der Realität waren es schliesslich 80 Prozent. Dafür bot der neue Gestaltungsplan relativ grosszügige Möglichkeiten in der Gastronomie und so verschoben die innovativen Brüder ihren Fokus vom Detailhandel auf die Bewirtung von Gästen.

Innovation nach Jucker'scher Art

«Wir werden immer wieder als wahnsinnig innovativ dargestellt, dabei sind wir das gar nicht. Im Unterschied zu anderen setzen wir Ideen nur um, die überall offen herumliegen. Wir probieren einfach aus,» erläutert Martin Jucker ihr Vorgehen. Wenn man vieles ausprobieren, dann funktioniert mit grosser Wahrscheinlichkeit etwas davon. Auf der Juckerfarm setze man jährlich etwa 40 neue Ideen um, davon seien etwa 10 Prozent erfolgreich. Heute ist der Hof ein Erlebnisbauernhof, und trifft damit offenbar den Nerv der Zeit. Vor allem bei Hochzeitsgesellschaften und Firmenausflügen ist die Juckerfarm beliebt, aber auch Familien aus dem ganzen Kanton zieht es an den Wochenenden zu den Kürbis- oder Strohfingerausstellungen, die von professionellen Künstlern gestaltet und arrangiert werden. Die Kinder dürfen Geissen streicheln, sich im Apfelgartenlabyrinth verirren oder auf der Strohhüpfburg springen und klettern bis ihnen der Atem ausgeht, während die Eltern bei Kaffee und Kuchen die Pfäffikerseidylle geniessen.

Sehnsüchte umsetzen

Im Jahr 2007 kam der Bächlihof in Jona hinzu, wo dasselbe Konzept angeboten wird und aktuell haben die Juckers einen Vertrag für einen Hof in der Nähe des Flughafens unterschrieben. Nach wie vor ist die Juckerfarm auch international tätig: Seit mehr als einem Jahrzehnt betreibt sie die weltweit grösste Kürbisausstellung im deutschen Ludwigsburg, vermietet Kürbis- und Strohschulpturen an Höfe und Erlebnisparks in Deutschland und baut ein Geschäft in Taiwan auf, wo man jahreszeitenversetzt mit Kürbissen arbeiten kann. Aber auch in der Schweiz gehen den Juckers die Ideen nicht aus. Beat Jucker erläutert: «Unser Ziel ist es, so nah wie möglich an den Selbstversorger heranzukommen, das fasziniert uns und, wie es scheint, auch unsere Besucher. Wir bauen gerade eine Backstube mit Mühle, wo unser eigenes Korn gemahlen und in einem Holzofen mit eigenem Holz gebacken werden wird. Und aus dem Stroh des Weizens entstehen die Figuren und Hüpfburgen, welche wiederum alle erfreuen.» Man glaubt den inzwischen sehr erfahrenen Unternehmern Jucker aufs Wort, wenn sie erklären: «Unsere Freude an der Idee dieses Korn-Brot-Stroh-Kreislaufes ist riesig – diese Nachhaltigkeit steht für uns an erster Stelle - vor jedem Gewinnstreben.» Und auf die Frage hin, was sie heute anders machen würden, sind sich beide einig: «Mit unserer heutigen Erfahrung würden wir sicherlich vieles anders machen, doch würden wir so vielleicht nicht dahin gelangen, wo wir heute stehen. Unsere Fehler sind Teil unserer Entwicklung, die waren schon richtig. Wir bereuen nichts!»

5 Tipps und Gedanken von Martin und Beat Jucker an Jungunternehmer

1. Das Wichtigste ist: Machen!
2. Konzepte sind wichtig, entscheidend aber ist: Machen!
3. Es braucht mehr als 100 Prozent Einsatz, gepaart mit Herzblut.
4. Unternehmertum ist eine Veranlagung, die man in sich spürt.
5. Der Unternehmer hat keinen Beruf, sondern eine Idee, die er verfolgt.

Möchten Sie regelmässige Informationen von der Credit Suisse erhalten?

- Folgen Sie uns auf: [Twitter](#), [LinkedIn](#), [YouTube](#), [Facebook](#), [Google+](#)
- Abonnieren Sie unsere [Newsletters](#), [RSS feeds](#), [podcasts](#)
- Laden Sie unsere mobile-News App für [iPad](#) und [Android](#)

Kontakt

- Kontaktieren Sie uns
- Kontaktstellen für Medien
- Kontaktstellen für Aktionäre
- Wo Sie uns finden

Weitere Artikel



20.01.2015
SNB-Entscheid:
Erhebliche
Wachstumseinbusse
mit beträchtlichen
Preisrückgängen



15.01.2015
Research Update: SNB
geht zu kontrolliertem
Floaten über



14.01.2015
KMU-Exportindikator:
Optimismus und neue
Märkte

- Video

Anlegen



Credit Suisse Invest – die neue
Anlageberatung.

- Mehr erfahren

Medien



Aktuelle
Medienmitteilungen der
Credit Suisse Group

Web-Dienste

- Newsletter
- RSS
- Podcasts
- Twitter
- Facebook

Folgen Sie uns auf:         [Barrierefreiheit](#) [Sitemap](#)

Copyright © 1997 - 2015 CREDIT SUISSE GROUP AG und/oder mit ihr verbundene Unternehmen. Alle Rechte vorbehalten. [Nutzungsbedingungen](#), [Sicherheit im Internet](#), [Hinweise zum Datenschutz](#) und zur Nutzung von Cookies und [Global Patriot Act Certificate](#).