

Unter Strom

Der 19-jährige Schüler Arik Brückner betreibt einen schwunghaften Handel mit portablen Datenträgern. Soeben hat er seine ersten 100 000 Franken umgesetzt. Von Barbara Lukesch und Ueli Alder (Bild)

Arik Brückner frohlockte. 2008 machte er erstmals einen Umsatz in sechsstelliger Höhe. 100 000 Franken: So konnte es weitergehen. Arik ist neunzehn Jahre alt. Drei Tage nachdem er volljährig geworden war, liess er seine Firma PC and Mobile World, kurz PCMW, ins Zürcher Handelsregister eintragen.

Gegründet hatte er sein Unternehmen vor fünf Jahren. Damals war ihm aufgefallen, dass er am Zürcher Gymnasium Hohe Promenade der einzige Schüler mit einem USB-Stick war, der ihm beim Transfer von Unterrichtsdaten wertvolle Dienste leistete. «Ich hatte etwas, was auch die anderen brauchen konnten», erinnert er sich, «was lag also näher, als dieses Produkt zu besorgen und zu verkaufen?» Arik gelang es, Rektor Alfred Baumgartner von seiner Idee zu überzeugen. Die Schule bestellte hundert Stück, die Arik, so der Deal, mit dem eigenhändig zugeschnittenen HoPro-Logo bekleben und damit zu einem attraktiven Werbegeschenk umfunktionieren sollte. Via Google suchte er nach Lieferanten. In China, stellte er fest, waren die USB-Sticks am günstigsten. Sein Schwager liess das Geschäft, das vorab finanziert werden musste, über sein Konto abwickeln.

Alles lief rund, und Arik erwirtschaftete tausend Franken Gewinn, die er vollumfänglich in seine kleine Firma reinvestierte. Als Abonnent des *Wall Street Journal Europe* und der *Har-*

vard Business Review wusste er, was zählt: Wachstum und grössere Absatzmärkte.

Schon als er zwölf Jahre alt war, präsentierte Arik seinen ersten Businessplan vor einem Gremium von rund dreissig Erwachsenen. Der Primarschüler wollte seine Lehrer davon überzeugen, dass es im Schulhaus in Ebmatingen unbedingt einen Pausenkiosk brauchte. Auf Power-Point-Folien hatte er unter «Probleme & Chancen» mit der Ernsthaftigkeit eines etwas altklugen Jugendlichen notiert: «Jene Kinder, welche das Sandwich für die Pause zu Hause liegengelassen haben, können sich keine anderen Esswaren mehr ergattern und gehen hungrig und dehydriert wieder in die Schulstunde zurück, was für die erforderliche Konzentration nicht förderlich ist.» Dass er dennoch scheiterte, wurmte ihn gewaltig.

Angestachelter Ehrgeiz

Als er kurze Zeit später ans Gymnasium wechselte, nahm er sofort mit dem sicheren Instinkt des unternehmerisch denkenden Menschen wahr, dass es keinen Coca-Cola-Automaten auf dem Schulgelände gab. Dass dieser Mangel an der Hohen Promenade schon verschiedene vergebliche Vorstösse ausgelöst hatte, stachelte seinen Ehrgeiz zusätzlich an. «Das wäre ja gelacht», sagte er sich, «wenn ich diesmal nicht ans Ziel komme.» Arik kontaktierte die

Schulleitung, die nach wie vor bremste. Doch hartnäckig räumte er alle Widerstände aus dem Weg. Geschlagene vier Jahre später nahm der Automat seinen Dienst auf. Von Anfang an bezog Arik die Getränke nicht von Coca-Cola, sondern von einem lokalen Grossisten, dem er pro Pet-Fläschchen 15 Rappen weniger bezahlen musste. Seinen Gewinn beziffert er heute auf 200 Franken pro Woche.

Das gleiche Durchsetzungsvermögen legte der junge Geschäftsmann auch mit seinen USB-Sticks an den Tag. Jahr für Jahr machte er mehr Umsatz: erst 4000 Franken, dann 9000, 35 000, 75 000 und letztthin runde 100 000 Franken. Kurz nach dem Start habe er allerdings auch mal 3000 Franken in den Sand gesetzt, jenen Betrag, den er einem deutschen Lieferanten für dreissig Playstations Portable – Arik wollte diversifizieren – überwiesen hatte, ohne in der Folge je ein Gerät zu sehen. Das Geld, das ihm erneut sein Schwager vorgeschossen hatte, zahlte Arik im Verlauf der nächsten zwölf Monate zurück. «Die Gier hatte mich betriebsblind gemacht», sagt er, «statt den Lieferanten sorgfältig zu überprüfen, hatte ich überstürzt gehandelt.»

Deal mit Sunrise

Im Verlaufe der Jahre hat sich Arik immer besser vernetzt. Er besucht Apéros des Instituts für Jungunternehmer, dem er unter anderem einen Auftrag für tausend USB-Sticks für die Firma Sunrise verdankt. Damit er diesen Deal, auf den er «megageil» war, abwickeln konnte, nahmen seine Eltern einen Privatkredit in der Höhe von 15 000 Franken auf. Seine Mutter war zwar gern bereit, ihren Sohn zu unterstützen, denkt aber noch heute mit Schrecken an diese Zeit zurück: «Man stelle sich vor, was passiert wäre, wenn die Ware nicht geliefert worden wäre.» Sein Vater sieht das gelassener: «Arik weiss schon enorm viel über Wirtschaft und Finanzen, bewegt sich in der Businesswelt aber immer noch mit der Leichtigkeit eines Jugendlichen – das macht seinen Erfolg aus.» Der Sunrise-Deal sollte zum Türöffner werden. Kurz darauf wurde der junge Mann mit der BDO Visura handelseinig und versorgte die Firma mit mehr als 2000 Sticks. Erstmals erzielte er einen Gewinn von 12 000 Franken, den er mit jenem Kollegen teilte, der ihn dort empfohlen hatte.

Zurzeit steht er wieder unter Strom. Wenn alles gutgeht, erhält er die Exklusivrechte für die Distribution des Edelchampagners Armand de Brignac in Italien. Die vergoldeten Flaschen kosten in hiesigen Klubs zwischen 800 und 1000 Franken. Arik ist überzeugt, dass es in Italien ein «riesiges Potenzial» für dieses Produkt gibt. Dazu hat ihn der Lions Club eingeladen, in seinen Reihen ein Referat zum Thema «Ein Leben im Spannungsfeld von Schule und Business» zu halten. Arik strahlt: «Ist das nicht cool?» ○



Leichtigkeit als Erfolgskonzept: Jungunternehmer Brückner.