

«JR» war ein Patron der alten Schule

Der Gunzenhauser-Chef gilt in Sissach als «Chrampfer» mit harter Schale und weichem Kern

ALAN CASSIDY

Was Novartis für Basel, ist JRG Gunzenhauser für Sissach: Die Patrons der Familie Gunzenhauser haben die Gemeinde lange Zeit geprägt. Der Verkauf von JRG an Georg Fischer sorgt deshalb für Gesprächsstoff.

Die Gerüchte kursierten schon seit Wochen, am Mittwoch wurde es offiziell: Das Sissacher Traditionsunternehmen JRG Gunzenhauser wird an den Schaffhauser Industriekonzern Georg Fischer (GF) verkauft (baz von gestern). Damit endet in Sissach eine Ära – jene der Familie Gunzenhauser, die die Firma seit 110 Jahren geführt und damit auch die Entwicklung der Gemeinde wesentlich mitgeprägt hat.

Für Gemeindepräsidentin Petra Schmidt kam die Nachricht vom Verkauf «wenig überraschend»: «Es war bekannt, dass wohl niemand aus der nächsten Generation die Nachfolge antreten würde.» Deshalb sei nur eine externe Lösung geblieben. Sie ist jedoch mit der neuen Eigentümerin zufrieden: «GF ist keine multinationale Finanzgesellschaft, sondern ein Traditionsunternehmen, das ein echtes Interesse an den Produkten von JRG hat.» Mit 400 Arbeitsplätzen sei JRG mit Abstand der grösste Arbeitgeber in Sissach – und auch ein guter Steuerzahler. Garantien, dass die Arbeitsplätze erhalten bleiben, gebe es nie, sagt die Gemeindepräsidentin. Aber: «Die Signale von Georg Fischer sind durchwegs positiv.»



Johann Rudolf Gunzenhauser.

LANGFRISTIG. Schmidts Sicht teilen auch die Gewerbler. Zum Beispiel Michele Linsalata, Inhaber des gleichnamigen Sanitärunternehmens und langjähriger Kunde und Nachbar von JRG. In der Branche sei unbestritten, dass die Armaturen und Installationssysteme von JRG etwas vom Besten auf dem Markt seien. Er kennt



Dominant. Die Firma Gunzenhauser nimmt in Sissach nicht nur wegen des grossen Gebäudes eine wichtige Stellung ein. Foto R. Schmid

aber auch die neue Eigentümerin: «Eine Schweizer Firma mit einwandfreien Produkten, die mit JRG sicher kein schnelles Geld machen will. Die werden hier investieren.» Und Alfred Gunzenhauser, Präsident der IG Einkaufszentrum Sissach – und nicht mit der JRG-Familie verwandt –, spricht von einer «guten Lösung, hinter der offensichtlich eine langfristige Strategie steckt». Für Sissach werde es von Vorteil sein, dass JRG nun einen starken Partner im Rücken habe.

«CHRAMPFER». Die drei Gunzenhauser-Brüder sind in der Gemeinde nicht nur als Firmeninhaber, sondern auch als Persönlichkeiten präsent. Das trifft beson-

ders auf Geschäftsführer Johann Rudolf Gunzenhauser zu – den meisten bekannt als «JR». Viele Sissacher kennen seine offene, direkte Art: «Bisweilen tritt er den Leuten auf die Füsse», sagt ein Gewerbler, der nicht genannt werden will. «JR» sei ein «Chrampfer», ergänzt Linsalata. Einer, der aufrichtig sage, was er denke. «Der klassische Typ von harter Schale mit weichem Kern.»

Es spreche für die Brüder Gunzenhauser, dass sie ihre Firma nicht einfach an den Meistbietenden verkauft hätten. JRG sei bekannt für ein gutes Arbeitsklima und dafür, dass sie viele langjährige Mitarbeiter beschäftigte. «Pickelhart» werde das Unternehmen geführt, sagt

Gemeindepräsidentin Schmidt. Das Familiäre stehe aber im Vordergrund: «Die Gunzenhausers sind Patrons mit einer sehr sozialen Ader.» Die Firma habe immer wieder Leuten Jobs angeboten, die sonst nirgends untergekommen wären.

«BODENSTÄNDIG». Alfred Gunzenhauser kennt seine Namensvettern seit der Jugendzeit. Mit «JR» ging er ins Militär, und gemeinsam mit den Brüdern habe er früher mit dem Luftgewehr Spatzen geschossen. Sympathisch und ansprechbar seien die Brüder auch heute noch: «Sie sind auf dem Boden geblieben.» Als «Patrons alter Schule» hätten sie sich immer ihren Angestellten verpflichtet gefühlt.

Verbot von Kuhhandel für Swisscom & Co

Neues Gesetz soll Handytarife senken helfen

RENÉ SOLLBERGER

Mit geballter Kraft fordern der Preisüberwacher und die Wettbewerbsbehörden mehr Kompetenzen, um gegen die grossen Player der Telecombranche vorzugehen. Diese würden heute für Handyanrufe in ein fremdes Netz zu hohe Gebühren kassieren.

Es war ein historischer Auftritt, gestern in Bern. Preisüberwacher Rudolf Strahm, Comcom-Präsident Marc Furrer und Weko-Präsident Walter Stoffel sassens Seite an Seite, als sie den «marktbherrschenden» Mobiltelefonanbietern Swisscom, Sunrise und Orange den Kampf ansagten. Der Vorwurf: Die Unternehmen hätten untereinander – zu hohe – Preise für die gegenseitige Nutzung ihrer Netze abgesprochen. Von diesen hohen Terminierungsgebühren profitieren alle drei. Die Zeche zahlt der Handybenutzer, nämlich dann, wenn er in ein anderes als sein eigenes Netz anruft. «Das ist keine Kleinigkeit, es geht um einen dreistelligen Millionenbetrag», sagte Stoffel von der Wettbewerbskommission (Weko).

FEHLKONSTRUKTION. Für Preisüberwacher Strahm war es der zweitletzte Arbeitstag – er tritt Ende dieser Woche zurück. Er sprach von einem veritablen Kuhhandel, der zu hohen Preisen führe – «und niemand kann einschreiten». Die gesetzliche Regelung dieser Weiterleitungs- und Zugangspreise sei ein «regulatorischer Konstruktionsfehler», der viel Zeit koste und nichts bringe.

Heute kann die Kommunikationskommission (Comcom) die Preise nur auf Klage eines Unternehmens prüfen. Und zunächst hatten sich Swisscom, Sunrise und Orange tatsächlich gegenseitig mit Klagen eingedeckelt, sich dann jedoch geeinigt und die Klagen zurückgezogen. Der dabei vereinbarte Tarif ist nach Ansicht der Comcom aber zu hoch. «Wir haben in der Schweiz die vierthöchsten Terminierungsgebühren in Europa», sagte Furrer.

Eine Gesetzesrevision soll es den Behörden ermöglichen, die umstrittenen Preise von vorneherein festzulegen. Davon versprechen sich Strahm, Furrer und Stoffel mehr Wettbewerb und tiefere Preise für die Handybenutzer. Sie hoffen, dass der Bundesrat die Revision rasch an die Hand nimmt. Strahm plädierte dafür, nicht bis zur nächsten grossen Revision mit der Regulierung der Glasfasernetze zu warten. Stoffel sagte, die Schnelligkeit des Eingreifens sei wesentlich. Verzögerungen brächten Unsicherheiten für die Firmen, denen für die Planung die Rahmenbedingungen fehlen, erklärte Furrer.

Frauen-Nachtsitzung bei Ikea

Der Verband Frauenunternehmen lädt zur «Zeitreise 2018»

INTERVIEW: MIRIAM GLASS

Heute Nacht treffen sich über 200 Unternehmerinnen und Kaderfrauen bei Ikea in Spreitenbach. Was das nächtliche Meeting bewirken soll, sagt Erdmute Krieger (44), Präsidentin des Verbands Frauenunternehmen.

baz: Frau Krieger, Ihr Verband organisiert eine Veranstaltung, die abends um 21 Uhr beginnt und bis vier Uhr morgens dauert. Weshalb dieser ungewöhnliche Zeitplan für Diskussionsrunden unter Kaderfrauen?



ERDMUTE KRIEGER: Auf der «Zeitreise 2018» wollen wir neue Ideen für künftige Geschäftsstrategien entwickeln. Und wir wissen aus der Hirnforschung, dass das Hirn nachts anders funktioniert als tagsüber. Man ist kreativer, offener für Neues. Kreative Menschen wie Künstler, Grafiker oder Texter arbeiten oft nachts.

Ist das nicht ein Klischee?

Das mag sein. Erwiesen ist aber: Nachts erweitern wir die Grenzen unseres Denkens. Ausserdem kann man in der Nacht seinen Ideen gut freien Lauf lassen und in Ruhe arbeiten.

Was wird in der heutigen Nacht denn geschehen?

Die Teilnehmerinnen setzen sich mit Trends auseinander, die sich heute schon abzeichnen. Wir wollen dabei erkennen, was für Auswirkungen diese zukünftigen Entwicklungen auf unsere beruflichen Tätigkeiten haben. Die meisten Frauen, die an den Event kommen, sind selbstständige Unter-

nehmerinnen oder Kaderfrauen – es sind übrigens noch Plätze frei. Welche Entwicklungen sprechen Sie an?

Trendforscher haben zehn sogenannte Megatrends benannt. Dazu gehört zum Beispiel die «Silberne Revolution»: Die Generation über 50 ist mobiler und aktiver als früher. Oder «Female Shift», also das Phänomen, dass der Einfluss von Frauen in Wirtschaft, Politik, Wissenschaft oder Kultur deutlich zunimmt. Die Frage ist nun: Mit welchen neuen Geschäftsstrategien kann man solchen Trends entgegenkommen.

Haben Sie ein Beispiel?

Ich selbst bin Immobilienmaklerin. «Female Shift» und «Silberne Revolution» wirken sich auf mein Geschäft aus: Immer mehr Frauen sind wirtschaftlich selbstständig, und sie leben länger als Männer. Sie werden in Zukunft eine gewisse Kaufkraft haben. Man müsste also künftig beim Planen und Bauen von Wohnungen stärker als bisher auf die Zielgruppe der Frauen und deren Bedürfnisse eingehen.

Welche Bedürfnisse sind das?

Verändert hat sich zum Beispiel, dass man nicht mehr bis ans Lebensende mit dem Partner zusammen leben muss. Nach Trennungen möchten Frauen oft länger ohne Partner leben als Männer. Es braucht also ein grösseres Angebot an guten Singlewohnungen – oder an Häusern, wo mehrere Frauen Gemeinschaftszonen einrichten können. Neue Lebensformen verlangen neue Wohnformen. Die Teilnehmerinnen an un-

serem Anlass sollen verstehen, welchen Einfluss die Megatrends auf unser Handeln als Geschäftsfrauen haben. Expertinnen geben Impulse. Es sprechen zum Beispiel die Managerin Jacqueline Fendt oder die IBM-Kommunikationsmanagerin Karin Vey.

«Man kann in der Nacht seinen Ideen gut freien Lauf lassen und auch gut arbeiten.»

Warum sind Männer nicht eingeladen?

Wir feiern mit dem Anlass das 10-jährige Jubiläum des Verbands Frauenunternehmen. Frauen sind unsere Zielgruppe. Aber es können auch Nichtmitglieder kommen, zum Beispiel haben sich auch einige Studentinnen angemeldet.

Sie treffen sich im Einrichtungshaus Ikea in Spreitenbach. Ikea ist ausserdem Hauptsponsor des Anlasses. Ist die «Zeitreise» nicht einfach eine Werbeveranstaltung?

Es ist ein Geben und ein Nehmen. Ikea unterstützt uns nicht nur finanziell. Das Unternehmen steht der «Zeitreise 2018» auch inhaltlich nahe und befasst sich auch selbst mit aktuellen Trends. Sie haben Frauennetzwerke als Zielgruppe evaluiert. 70 Prozent der Kaufentscheide bei Ikea werden übrigens von Frauen gefällt.

Weitere Informationen unter www.zeitreise2018.ch

nachrichten

Huntsman will von Hexion 3 Milliarden

TEXAS. Wie es mit den 1370 Basler Mitarbeitern des US-Chemiekonzerns Huntsman weitergeht, wird bald klar: Am 8. September beginnt ein Gerichtsprozess zwischen Huntsman und Konkurrentin Hexion. Hexion wollte Huntsman übernehmen, möchte dies aber rückgängig machen. Huntsman will die Fusion vor Gericht durchsetzen – sonst müsste Hexion drei Milliarden Dollar Schadenersatz zahlen, sagte ein Huntsman-Sprecher zu Bloomberg. han

Ciba verstärkt sich in Saudi-Arabien

BASEL. Was Ciba-Chef Brendan Cummins vor wenigen Tagen ankündigte, ist jetzt eingetroffen: Der Spezialchemiekonzern verstärkt seine Kunststoffdivision im Nahen Osten. Dafür wurde ein Joint Venture mit der saudi-arabischen Firma Astra Polymers gegründet, an der Ciba die Mehrheit hält. Finanzielle Details wurden nicht bekannt gegeben. han

Pax mit Gewinn im ersten Semester

BASEL. Die Immobiliengesellschaft Pax Anlage AG mit zwölf Mitarbeitern steigerte ihren Gewinn im ersten Semester um rund zehn Prozent auf 8,4 Millionen Franken. Für das gesamte laufende Geschäftsjahr geht Pax-Chef Peter Hagnauer von einem Gewinn von 17 Millionen Franken aus (25 Prozent mehr als 2007). han

Wende am Bürgenstock

ZÜRICH. Die Barwa Real Estate Company aus Katar will die Hotelprojekte auf dem Bürgenstock am Vierwaldstättersee sowie in Bern und Lausanne mit eigenen Kräften weiterentwickeln. Sie trennt sich somit von der Rosebud Gruppe. Die arabische Firma will die Umbau- und Renovationsvorhaben der Hotelprojekte alleine weiterführen und in der Schweiz ein eigenes Know-how-Team für die Bereiche Hotelentwicklung und -management aufbauen. Diese Neuerung wird zu Modifikationen der Umbau- und Renovationsvorhaben führen. SDA

Franke spürt den Währungsverlust

AARBURG. Die Küchentechnik-Gruppe Franke hat den Umsatz im ersten Semester 2008 um 7,2 Prozent auf 1,48 Milliarden Franken erhöht. In Lokawährungen ergibt sich ein Umsatzplus von 13,7 Prozent. Das währungsneutrale organische Umsatzwachstum der Gruppe lag bei 2,9 Prozent. AP

Allreal hat besser rentiert

ZÜRICH. Die Immobiliengesellschaft Allreal hat das Unternehmensergebnis im ersten Halbjahr 2008 um 1,7 Prozent auf 41,3 Millionen Franken gesteigert. Die Erträge aus der Vermietung der Anlageliegenschaften und das Projektvolumen ergaben einen Gesamtumsatz von 270,6 Millionen Franken, 5,2 Prozent weniger als in der Vorjahresperiode. Die Nettorendite wurde mit 5,2 Prozent angeben. AP