

GGA Maur: Rück- und Ausblick

«Das Streichen von «Maur» im Namen kommt nicht in Frage»

An der Genossenschaftsversammlung präsentierte die GGA Maur die Zahlen fürs Geschäftsjahr 2021. Das Unternehmen muss sich in einem herausfordernden Markt behaupten. Die Erträge lagen 11 Prozent tiefer als im Vorjahr, der Gewinn (EBITDA) konnte dank tieferen Ausgaben und Kosten stabil gehalten werden. Geschäftsführer Andreas Lindner und Christian Bommer (Leiter Marketing und Sales) erzählen im Interview, wohin das Unternehmen steuern will und inwiefern sich die GGA als Maurmer Unternehmen versteht.

Herr Lindner, an der Genossenschaftsversammlung der GGA Maur blickten Sie aufs Geschäftsjahr 2021 zurück. «In schwerer See, hoch am Wind, stets auf Kurs» – mit diesem einleitenden Zitat erzählten Sie, dass Sie sich angesichts grosser Schwierigkeiten hätten überlegen müssen, ob sie weglaufen oder die Herausforderung annehmen wollen. Auf welche Situation bezog sich Ihre Aussage?

Andreas Lindner: Auf meine erste Zeit als Geschäftsführer der GGA im November 2018. Nach den ersten Wochen Einarbeitung wurde mir schnell klar, welche finanzielle Ausgangslage die GGA damals hatte. Darum musste ich mir diese Frage stellen. Aber zusammen mit dem Team habe ich die Herausforderung angenommen. Und ich bin froh, dass das so war!

Heute haben Sie nicht mehr das Bedürfnis nach Flucht?

Lindner: Nein, überhaupt nicht.

Das Geschäftsergebnis 2021 – ist es aus Ihrer Sicht zufriedenstellend?

Lindner: Mit dem neuen Finanzchef haben wir sehr grosse Fortschritte gemacht bei der buchhalterischen Transparenz. Wir wissen nun sehr genau, wo die Genossenschaft steht punkto Umsatz, operative Kosten, Investitionen etc. All die Werte zeigen in die richtige Richtung. Was mir nicht so gefällt, sind die 834 000 Franken Gewinn, die wir im Jahr 2021 erzielt haben. Es ist nämlich nicht unser Auftrag, als Genossenschaft Gewinn zu machen. Es ist dem Umstand geschuldet, dass wir geplante Investitionen nicht mehr 2021 tätigen konnten wegen Problemen bei Lieferanten und Partnern.

Sie sagen, die Finanzkennzahlen würden in die richtige Richtung zeigen. Sie haben 2021 aber 8 Prozent der Kunden verloren.

Lindner: Das stimmt. Die Kundenzahlen sind gesunken. Andere Parameter zeigen aber trotzdem nach oben. Wir sind zum Beispiel trotzdem oder vielleicht gerade deswegen effizienter geworden. Das betriebliche Ergebnis ist besser geworden und wir haben wiederum drei Millionen in unser Netz investiert. Das muss man

ganzheitlich sehen. Aber ja, wenn man Kunden verliert, ist das unglücklich. Der Verlust von Kunden ist auch dem Umstand geschuldet, dass wir uns in St. Gallen aus dem Geschäft zurückgezogen und die dortigen Kunden verloren haben.

Was für Ansätze haben Sie, um neue Kunden zu gewinnen?

Christian Bommer: Wir sind derzeit ja sehr präsent mit unseren Produkten und versprechen unseren Kunden «Immer und überall unser bestes Internet». Neu daran ist, dass wir nicht einfach sagen, dass wir nur für die Leitung bis zur Wohnung zuständig sind. Wir wollen Verantwortung dafür übernehmen, dass der Kunde auf jedem seiner Geräte, auf dem er unser Internet nutzt, genau so viel Bandbreite hat, wie er benötigt.

Wie wollen Sie das erreichen?

Bommer: Beispielsweise mit unserem Produkt «Plume», das wir 2020 lanciert haben. Dieses sorgt dafür, dass sich das WLAN innerhalb eines Haushalts optimal verteilt. Die schnellste Leitung nützt nichts, wenn dann die WLAN-Verbindung daheim stockt.

Lindner: Wir haben bei Plume seit der Lancierung einen grossen Kundenzuspruch erlebt. Das Produkt erfüllt die Bedürfnisse zu 100 Prozent. Von diesen Kunden erhalten wir fast keine Beschwerden über Störungen mehr. Und das ist es, was wir eigentlich wollen: Wir wünschen, dass Kunden gar nicht gross mit uns interagieren müssen. Mit dem Wasserwerk telefoniert man ja auch nicht. Wasser oder Strom sind Selbstverständlichkeiten. So sollte es mit dem Internet auch sein. Wir wollen für die Kunden möglichst viele Zwänge abschaffen und dafür sorgen, dass Dinge einfach funktionieren, auf allen Geräten. Bis wir dahin kommen, müssen wir intern viele Prozesse auf den Kopf stellen und uns immer neue Ansätze überlegen.

Die GGA Maur wirbt gegenüber Kunden auch mit Nähe und Regionalität. Ist das ein wirklich gelebter Wert oder eher eine Marketingstrategie?

Lindner: Das ist ein absolut gelebter Wert. Die Basis unseres Geschäfts sind die Kabel, die hier am Greifensee ganz konkret und physisch im Boden vergraben liegen. In dieses Netz, hier in der Region, investieren wir Millionen! Unser technisches Herz, das sogenannte Headend, ist ebenfalls eine Immobilie, die auf Maurmer Boden steht. Auch viele Mitarbeitende kommen aus der Region. Wenn ein Kunde anruft, landet er ausserdem nicht in einem anonymen Callcenter, sondern direkt hier in Binz im Shop. Auch beim Distributionsnetz etwa suchen wir



Sie prägen die Geschicke der GGA Maur: Christian Bommer (Leiter Marketing und Sales) und Geschäftsführer Andreas Lindner.
Bild: Annette Schär

nun wieder Kooperationen mit lokalen Partnern, also bei TV- und Elektrogeschäften vor Ort. Auch das ist ein Teil von Nähe.

Bommer: Wir vergeben als Sponsorin ausserdem jährlich Förderbeiträge an regionale Vereine, die sich sportlich oder kulturell engagieren, schon zum achten Mal. Die Vereine nehmen diese immer gerne an. Es ist nicht nur ein Lippenbekenntnis: Die Region liegt uns am Herzen!

2018 stand für die GGA Maur das 50-Jahre-Firmenjubiläum an. Dieses haben Sie aber nicht gefeiert und kaum erwähnt. Will die heutige, professionell geführte GGA Maur vielleicht nicht mehr viel wissen von den Ursprüngen ihrer Genossenschaft in Maur? Von damals, als sich ein paar Ebmatinger als Private zusammenstemen, um eine gemeinschaftliche Antenne zu erstellen. Vieles war damals halt noch eher informell und etwas handgestrickt organisiert...

Lindner: Der Eindruck, dass wir unsere Wurzeln verleugnen wollen, ist nicht richtig. Nein, wir pflegen das Erbe der Urväter und profitieren davon. Überall geben wir uns klar als Genossenschaft zu verstehen. Wir halten das hoch. Bei uns im Betrieb herrscht viel soziales Gedankengut. Aber ja, wir stellen keine historischen Gedenktafeln auf und hängen auch keine Schwarz-Weiss-Bilder an die Wand... Die Gründung der GGA gehört zur Geschichte, ist aber nicht Teil von unserem operativen Leben.

Bommer: Die Wurzeln der GGA machen einen Teil der Identität aus. Als Genossenschaft müssen wir heute gleichwohl professionalisiert agieren. Die regionale Nähe ist dennoch gegeben. Ich finde, wir kommunizieren das sehr stringent.

Die GGA Maur hegt nun aber Pläne, aus Binz wegzuziehen...

Lindner: Das betrifft ja nur die Büroräumlichkeiten. Und es steht auch noch nichts fest, selbst wenn wir den Mietvertrag hier in Binz vorsorglich gekündigt haben. Binz ist einfach sehr schlecht erreichbar, das macht es schwierig für uns, qualifizierte Mitarbeitende zu finden. Nun haben wir die Möglichkeit, uns nach geeigneteren Räumlichkeiten umzuschauen im Verbreitungsgebiet der GGA Maur. Wir wünschen uns u. a. eine bessere ÖV-Anbindung über die S-Bahn. In Frage kommen also Orte wie Stettbach, Dübendorf, Volketswil, Nänikon oder Uster.

Bommer: Die Nähe zum Kunden geht ja nicht verloren, weil die Büroarbeitsplätze weg sind. Wir sind hier weiterhin erreichbar, ansprechbar und regional verankert.

Sehen Sie darin nicht einen Loyalitätskonflikt? Maur hat bekanntlich ein Infrastrukturproblem: Die Bank ist weg, die

INFO: DIE GENOSSENSCHAFT GGA MAUR

Die Wurzeln der Genossenschaft GGA Maur gehen auf 1967/68 zurück. Im Restaurant zum Wilden Mann fand die Gründungsversammlung der «Genossenschafts Gemeinschafts-Antennenanlage Rainholz» statt. Ziel war damals, die Häuser des Quartiers Rainholz gemeinschaftlich mit Radio- und Antennenprogrammen zu versorgen. Das Erschliessungsgebiet wuchs kontinuierlich: 1971 beschlossen die Maurmer an der Urne den Bau eines Kabelfernsehnetzes über das gesamte Gemeindegebiet. In diesem Jahr wurde die GGA «Rainholz» offiziell zur «Genossenschaft Gemeinschaftsantennenanlage Maur und Umgebung» umbenannt. Umliegende Gemeinden bekundeten bald Interesse, ebenfalls Anschluss zu erhalten.

Heute zählt die GGA Maur rund 25 000 Kunden, davon sind 700 auch Genossenschafter. Rund ein Viertel der Genossenschafter wohnen in Maur (24 Prozent), 18 Prozent in Egg sowie Fällanden, 12 Prozent in Greifensee, 10 Prozent in Zumikon, 9 Prozent in Schwerzenbach. Weitere 8 Prozent entfallen auf übrige Gemeinden.

Während man früher Eigentümer/in einer Liegenschaft sein musste, um Genossenschafter zu sein, kann heute jeder Kunde, jede Kundin Mitglied werden. Jedes Genossenschaftsmitglied hat einen einmaligen Beitrag von 100 Franken zu bezahlen, was jedoch kein Anrecht auf das Vermögen der GGA Maur begründet. Die GGA Maur verfolgt als Genossenschaft einen solidarischen Grundgedanken und strebt keine Gewinnmaximierung an. Erwirtschafteter Gewinn wird direkt in die Weiterentwicklung der Produkte und der Infrastruktur investiert.

www.ggamaur.ch/genossenschaft

Post schloss ihre Filialen, Restaurants machen zu... und jetzt verlässt uns auch noch die GGA Maur, das grösste Unternehmen der Gemeinde! Und dieses trägt immerhin das «Maur» im Namen.

Lindner: Die strukturellen Herausforderungen von Gemeinden sind ja eine uralte Diskussion. Als Geschäftsführer sehe ich hier keinen Loyalitätskonflikt. Ich finde: Was nützen mir als Geschäftsführer die wohligen Heimatgefühle, wenn die nicht dafür reichen, die entsprechenden Fachkräfte einstellen zu können, weil der Arbeitsort zu abgelegen ist? Wenn ich anfangs, über eine längere Zeit zu serbeln, unattraktiver und schwächer zu werden? Wenn das dazu führt, dass eine Firma ganz verschwindet? – Nein, Strukturprobleme einer Gemeinde sind nicht unser Thema als Unternehmen.

Sie fühlen sich nicht verpflichtet, sich für die Attraktivität der Gemeinde einzusetzen? So, wie es viele Gewerbler

machen, indem sie im Gewerbeverband aktiv sind, sich an der Gemeindepolitik einbringen oder am Gemeindeleben teilnehmen?

Lindner: Natürlich stehen wir regelmässig mit den Gemeindepräsidenten der Region in Kontakt.

Unser Verwaltungsratspräsident Jürg Eberhard ist ausserdem (Noch-)Gemeindepräsident in Zumikon. Mit ihm diskutieren wir oft Themen aus Sicht der Gemeinden. Ausserdem nahmen wir früher oft an Gewerbesessen teil. Die letzten drei Jahre befanden wir uns in einer Sanierungsphase. Jetzt öffnet sich der Blick aber auch wieder in diese Richtung. Wir schöpfen wieder Kraft und haben auch die Mittel, das zu tun...

Bommer: Regionalität ist uns vor allem für die Kunden wichtig. Sie sollen uns als «nah» erleben. Wenn wir unsere Büroräumlichkeiten weg-

zügen, entsteht dadurch kein Leistungsabbau für Kunden.

Ist denn die GGA Maur überhaupt ein Maurmer Unternehmen?

Lindner: Der Name mit «Maur» ist historisch. Hier befindet sich unsere «Kernzelle». Auch deswegen kommt ein Streichen von «Maur» im Namen nicht in Frage. Wir haben das lange diskutiert und dagegen entschieden. Die Positionierung der GGA Maur wollen wir aber nicht an eine Gemeinde festbinden, unsere Dienste haben nichts mit einer spezifischen Gemeinde zu tun. Wir gehören zur Region Greifensee.

Als Genossenschaft ist die GGA Maur privat und öffentlich zugleich. Darum werden manchmal auch besondere Ansprüche an die GGA Maur gestellt. Ist Ihnen das lästig oder sehen Sie es eher als Vorteil?

Bommer: Wenn es uns hinderlich wäre, würden wir nicht versuchen, neue Genossenschafter zu gewinnen. Dank einer Satzungsänderung steht die Genossenschaft seit einer Weile auch einem grösseren Publikum offen. Heute kann jeder Kunde auch Genossenschafter werden.

Lindner: Speziell ist vielleicht, dass wir als Genossenschaft keinen Zugang zum Kapitalmarkt haben ausser über Kredite. Das verpflichtet uns, 100% unternehmerisch zu denken. Das ist kein Nachteil, sondern einfach eine Bedingung, unter der wir arbeiten müssen. Ich persönlich muss sagen: Gegen das Modell einer Genossenschaft spricht überhaupt nichts. Ich kenne aus meiner beruflichen Erfahrung ja die Blüten, die aktionärgesteuerte Firmen treiben... Dass die GGA Maur eine Genossenschaft ist, finde ich persönlich cool. Das ist unsere Identität. Wir haben nicht den Auftrag, Gewinne zu erzielen, sondern alles wieder in Weiterentwicklung reinzustecken. Das ist fantastisch. Wir sind transparent und ehrlich. Bei der GGA zu arbeiten, ist herausfordernd, gerade deshalb macht es mir eben auch Spass.

Interview: Annette Schär