Vom Jungunternehmer gegründet

Autor(en): **Kletzhändler, Marcel / Loeb, François**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Zeitlupe : für Menschen mit Lebenserfahrung**

Band (Jahr): **75 (1997)**

Heft 5

PDF erstellt am: **16.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-723664

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

und jenen über den Frauenstrafvollzug in Hindelbank; die Fahrt ins Paraplegikerzentrum nach Nottwil und jene in den Schwarzwald. Das Ostereiertütschen und – nicht zu vergessen – die berndeutschen Geschichten von Paul Eggenberg oder das Duo Hofer/Allenbach. Und eben die Lotto-Abende, viermal im Jahr.

Dann ist die Personalkantine beim Loeb voll. Und alle Golden-«A»-Clubler stehen schon lange vorher mit ihren Mitgliedskärtlein (dafür gibt's nebst den Gratis-Gipfeli auch sonst vielerlei Ermässigungen) für die Billette an. Jede und jeder, die sich schon als «Senior» fühlen, kann gratis einem G-«A»-C beitreten. In den Berner Clubs zählen über 9000 dazu (gesamtschweizerisch sind es etwa 15 000). 300 finden im obersten Stock des Warenhauses Platz. 300, für die Hans Althaus weit mehr ist als «nur» der Leiter. Die meisten kennt er mit Namen. Von vielen weiss er mehr. Einigen soll er sogar helfen, die Steuererklärung auszufüllen ...

Die Preise sind verteilt. Die Glücklichen tragen ihre Flaschen, Salami, Teigwaren und Schokoladen heim. Die anderen sind wieder einmal aus ihren vier Wänden herausgekommen, haben langjährige gute alte Bekannte an diesem geschäftigen Frühlingsdonnerstagabend in der Stadt getroffen und mit dem Lotto auch noch Gehör, Aufmerksamkeit und Konzentration trainiert. Haben, um es kurz zu sagen, trotz oft sehr hohem Alter immer noch an einem Stück gesellschaftlichem Leben teilgenommen. Und das ist es, was der Golden-«A»-Club, so wie er jetzt vor genau 20 Jahren von Loeb-Chef François Loeb gegründet worden ist, will: Auch der älteren Generation so lange wie möglich eine gesunde und fröhlich-gesellschaftliche Lebensqualität erhalten.

Info-Telefon siehe «Agenda», Seite 67

Vom Jungunternehmer gegründet

François Loeb: «Unternehmen haben eine allgemeine soziale Verpflichtung.»

Vor zwanzig Jahren hat François Loeb, Chef der «Loeb»-Warenhausgruppe, in Bern den ersten «Golden Age Club» gegründet. Wie kam der damals 37jährige Jungunternehmer dazu, auch an ältere Menschen zu denken?

«In den beiden vorangehenden Jahren, während denen ich schon das väterliche Unternehmen führte, habe ich gesehen, dass viele ältere Menschen unter ihrer Einsamkeit oft noch mehr leiden als unter Geldsorgen. Darum gründete ich einen Begegnungsklub für ältere Menschen. Von Beginn an sind wir vom grossen Interesse überrannt worden, so dass ‹Golden Age Clubs› auch in verschiedenen Loeb-Filialen entstanden.» Ein Klubabzeichen (heute Mitgliedskärtlein) wurde kreiert, ein Programmleiter beauftragt. Nach und nach bildete sich eine grosse Clubgemeinschaft, mit der sich die einzelnen Mitglieder sehr stark identifizieren.

Der Golden-«A»-Club, wie er heute heisst, fand bald landesweit Anklang. Nebst Bern findet man ihn heute in Aarau, Basel, Berlingen TG, Biel, Brig, Chur, Interlaken, Locarno, Rheinfelden, St. Gallen, Thun, Wallisellen, Winterthur und Zürich. «Und auch als Bielefeld im Ruhrgebiet Interesse anmeldete, haben wir spontan ja gesagt.»

Als Begegnungsclub offeriert er das unterhaltsame Zusammensein für ältere Menschen. «Das grosse Problem kommt ja meistens, wenn man den Lebenspartner verliert. Hier wollen wir etwas ganz Praktisches für die ‹Hilfe zur Selbsthilfe› tun. Und was mich ganz besonders freut, ist, dass immer wieder spontan ‹Clubs im Club› entstehen, von zwanglosen Telefonkontakten und Kaffeekränzlein bis zur Mithilfe bei privaten Angelegenheiten und zum Beistand bei Krankheit.» Eines ist hingegen der Golden-«A»-Club nicht: eine Einrichtung zur Partnersuche. «Obwohl sich auch schon hie und da zwei gefunden haben», räumt Loeb ein. Und wenn das auch nicht erste Absicht ist, so passt es doch in den Rahmen: Wege aus der Einsamkeit aufzeigen.

Die Mitgliedschaft ist gratis, bezahlt werden müssen lediglich spezielle Auslagen, wie zum Beispiel Reisen. Der Berner Club offeriert seinen Mitgliedern Gratis-Gipfeli zum Morgenkaffee. «Und es ist unwahrscheinlich, auf welch grossen Anklang das stösst», sagt dessen Leiter Hans Althaus. «Sicher nicht wegen dem gesparten Franken, doch die Geste bringt regelmässig Frühstückskaffeerunden zusammen – man trifft sich einfach.» 7000 Franken lässt sich Loeb jährlich diese Z'morge-Gipfeli kosten.

Der Clubgedanke ruht auf der Sponsoring-Idee. Grossunternehmen wie (nebst Loeb) der Globus, das Glatt-Einkaufszentrum und die Feldschlösschen-Gruppe, aber auch ein Locarneser Altersheim oder eine Zeitung tragen die Clubs. Warum so viele Warenhäuser?

François Loeb: «Jeder lokale Cub funktioniert zwar föderalistisch und unabhängig. Doch es ist unser Grundprinzip, dass man sich überall regelmässig am selben Ort und zur selben Zeit trifft. Warenhäuser mit ihren Personalrestaurants eignen sich hervorragend, die Clubs an den wöchentlichen Abendverkaufstagen, wo man sowieso gerne ‹in die Stadt› geht und Leute trifft, zu beherbergen.»

Im Unterschied zur Gründungszeit ist es heute zunehmend schwieriger geworden, Sponsoren für den Clubgedanken zu finden. Loeb: «Viele Grossfirmen sehen nicht ein, dass sie hier eine sehr schöne soziale Aufgabe erfüllen könnten, die gar nicht so viel Geld kostet und erst noch sehr positiv für das Unternehmensimage ist.» Doch das ist nicht das Entscheidende. Sondern?

«Ich glaube, dass ein Unternehmen auch eine soziale Verpflichtung gegenüber der Allgemeinheit erfüllen muss», sagt der heute 57jährige Unternehmer, der sich seit vielen Jahren auch als Politiker auf eidgenössischer Ebene für die Interessen der Schwachen stark macht. Zum Beispiel auch als Mitglied der parlamentarischen Kommission für Altersfragen. Und das ist ihm, man glaubt es, zutiefst ein persönliches Anliegen für den Sozialstaat Schweiz, weit über etwaige Imagegewinne für seine Warenhausgruppe hinaus.

Interview: Marcel Kletzhändler