

Die Geschäftsräume am Albertinaplatz 3 wurden 1881 von Gründerzeitkünstlern gestaltet. Das Deckengemälde zeigt eine Allegorie auf die Seidenherstellung.



# Man ist, wie man ist

Wilhelm Jungmann & Neffe wird 150. Das Stoffgeschäft am Albertinaplatz 3 konnte mit seinem traditionellen Angebot erfolgreich an zeitgenössische Bedürfnisse anschließen.

*Text & Fotos: Hildegard Suntinger*

Die heutigen Geschäftsräume von Wilhelm Jungmann & Neffe wurden vor 135 Jahren von Gründerzeitkünstlern gestaltet und blieben seither weitgehend unverändert. Durch das historische Interieur, die prominente Lage neben dem Hotel Sacher sowie die bunten Regenschirme, Krawatten, Schals und Kappen in den Schaufenstern zieht das Geschäft auch viele Touristen an. Kerngeschäft sind allerdings feine Stoffe für Herrenbekleidung – gesucht von qualitätsbewussten Männern, welche die Maßanfertigung der Stangenware vorziehen. Manche von ihnen kommen gleich mit ihrem Schneider. Im hinteren Teil des Geschäftes gibt es einen kleinen Raum, der für Anprobe und Hinterlegung genutzt werden kann.

Im Geschäftsraum und im Lager sind insgesamt 1500 Stoffballen gestapelt. Die Wände sind den Regalen und Schaufenstern gewidmet. Architektonische Attraktion ist die Deckenkonstruktion mit dem Fresko von Franz Leffler, das eine Allegorie auf den Seidenhandel darstellt. Dargestellt sind drei Engel, die von Seidenspinnerinnen umschwärmt werden. Der erste Engel hält einen Maulbeerzweig in Händen, der zweite eine Spindel und der dritte den fertigen Stoff.

Der museale Charakter der Geschäftsräume und die kostbare Ware stehen im Kontrast zum regen Betrieb, der hier herrscht. Als ich Georg Gaugusch zum Interview treffe, sieht es zunächst nicht so aus, als könne er sich Zeit nehmen. Das Telefon läutet, seine Mitarbeiterinnen haben Fragen, ein Bote erkundigt sich, ob der Anzug für Herrn Doktor XY

hinterlegt sei, und ein Kunde braucht gleich mehrere Stoffe, weil sich seine Körpermaße durch das Krafttraining verändert haben und er nicht mehr in seine Anzüge passt.

Als Gaugusch das Kundengespräch abgeschlossen hat, erklärt er, dass die Kunden oft nicht genau wissen, was sie wollen, sondern nur eine vage Idee haben, wie zum Beispiel, dass der Stoff nicht grau sein soll. Sie wollen die Stoffe erst sehen und angreifen, um sich dann zu entscheiden. Dass er und seine Mitarbeiterinnen die Vorstellungen deuten können, bedeutet Erfahrung und hohe Involvement. Zu verstehen, was der Kunde will, ist das eine, und zu wissen, in welchem der zahlreichen Regale der richtige Stoff liegt, das andere.

Wenn Georg Gaugusch nicht im Geschäft ist, dann ist er auf der Suche nach Raritäten und außerordentlichen Stofftypen, in denen Farbe, Material, Webart und Ausrüstung souverän zur Übereinstimmung gebracht werden. Eine Welt der Tradition und Exzellenz verträgt zwar kaum Variationen, aber auch Trends sind ein Kriterium im Einkauf. Speziell wenn es um Farben geht. Hat man vor zehn oder 15 Jahren in Wien einen dunkelblauen Anzug im besten Fall zur Firmung bekommen, so habe sich das in der Zwischenzeit geändert. Wobei sich Trendwenden oft mit nachkommenden Generationen einstellen, so Gaugusch.

Das Streben, die verwöhnte Klientel immer wieder zu überraschen, basiert zum einen auf Zuverlässigkeit und zum anderen auf einem freundschaftlichen Netzwerk. Hersteller hervorragender Stoffe sind rar, aber meist in Italien und Großbritannien zu >

*Bei Wilhelm Jungmann & Neffe gibt es Produkte und keine Marken.  
Die Kunden suchen das Exzeptionelle und wollen sich von  
Marken und Mainstream abheben.*

> finden. Neue Geschäftsbeziehungen ergeben sich aus seiner natürlichen Neugierde und aus Empfehlungen von Geschäftsfreunden. Zitat: „Und dann haben sie eben einen Ruf in der Branche – ob man mit ihnen Geschäfte machen will oder nicht, ob sie zuverlässig sind oder nicht, ob sie zahlen oder nicht. Wenn es eine Firma seit 150 Jahren gibt, macht das einen Unterschied.“  
Lange am Markt zu sein – verbunden mit Laufkunden und Mundpropaganda – ersetzt aus seiner Sicht auch die Werbung. Jedenfalls hat sein Unternehmen noch nie Werbung gemacht. Dass Wilhelm Jungmann & Neffe trotzdem und durchwegs positiv besprochen wird, führt er auf den ungewöhnlichen Unternehmensgegenstand zurück: „Wenn Sie

etwas machen, das außergewöhnlich ist, sind Sie natürlich interessant.“  
Sein gewachsenes Konzept sieht er im Kontrast zu kreierten Brands, die unweigerlich zu Qualitätseinbußen und in den Mainstream führen. Seine Kunden suchen das Exzeptionelle und kommen aus der ganzen Welt, weil sie bei ihm die Qualität finden, die es sonst kaum noch gibt.  
Hätte er nicht das falsche Studium gewählt, wäre 2005 vielleicht das Ende von Wilhelm Jungmann & Neffe gekommen. Seine Mutter Magda Neunteufel starb 57-jährig nach kurzem, schweren Leiden an Krebs. Seine Schwester hatte zwar Interesse am Unternehmen, erwartete aber gerade ihr erstes Kind. Georg hatte das Studium der Technischen

Biochemie an der Technischen Universität in Wien abgeschlossen und schon während des Studiums die Arbeit an einem Buch aufgenommen, das später unter dem Titel „Wer einmal war. Das jüdische Großbürgertum. Wien 1800–1938“ erscheinen sollte. Sein Interesse an Geschichte und jüdischer Genealogie war geweckt worden, als er in den alten Auftragsbüchern von Wilhelm Jungmann & Neffe all die Namen las, die es heute in Wien nicht mehr gibt. Als Nebenerwerbshistoriker traute er sich die Unternehmensführung zu. Schließlich war er nicht aus dem Nichts gekommen, sondern hatte seine Mutter schon zuvor im administrativen Bereich unterstützt. Als Diplomingenieur der Biochemie und Nebenerwerbshistoriker hat er eine

eigene Sicht auf die Dinge entwickelt. Dass es viele Traditionsunternehmen nicht mehr gibt, führt er zum einen auf die restriktive Gesetzeslage und zum anderen auf die Vermischung von Sach- und Beziehungsebene in Familienunternehmen zurück. Letzteres geht nicht zuletzt aus seinen Recherchen über die alten jüdischen Unternehmerfamilien hervor. Seniorchefs, die nicht loslassen können, und Junioren, die noch in ihrer schaffenskräftigsten Phase die Anweisungen des Seniors ausführen... Ein Schicksal, das Gaugusch nicht ohne Ironie mit jenem von Prince Charles vergleicht.  
Auf politischer Ebene bekennt er sich zur „österreichischen Schule der Nationalökonomie“, die im Liberalismus Wohlstand für alle sieht. Wenn jeder kleinste Bereich des unternehmerischen Daseins staatlich geregelt ist, kommt der Unternehmer über die Erfüllung der Auflagen hinaus nicht mehr zur unternehmerischen Tätigkeit, so seine Haltung. Schließlich entscheide der informierte Kunde, ob ein Produkt taugte, und ein guter Mitarbeiter, ob er sich im Unternehmen wohlfühle:



**Diplomingenieur der Biochemie, Nebenerwerbshistoriker und Geschäftsführer: Georg Gaugusch.**



„Ein Unternehmen ist immer riskant. Wenn der Staat dieses Risiko durch Regelungen löschen will, ist das eine Sicherheit, die es eigentlich nicht gibt und die zu Lasten des Unternehmers geht.“  
Die Gründung des Unternehmens erfolgte durch Wilhelm Jungmann 1866 am Rudolfsplatz. Da er keine Nachfahren hatte, nahm er seinen Neffen Wilhelm Dukes ins Unternehmen auf. Seine Blütezeit erlebte das Unternehmen mit der Übersiedlung auf den Albertinaplatz 1881. Damals war die Schneiderei noch im Haus, und Adel und Großbürgertum schätzten den Stil. Im selben Jahr erfolgte die Ernennung zum K.u.K. Hoflieferanten und zum italienischen Hoflieferanten. 1919 nahm Wilhelm Dukes seine beiden Söhne Paul und Leo ins Unternehmen auf. Nach Dukes Tod 1938 übernahm Paul die Leitung. Zunächst gelang es ihm, seine jüdische Herkunft vor den Nationalsozialisten zu verbergen, durch ein Missgeschick kam diese jedoch ans Tageslicht. Er beging im Oktober 1940 Selbstmord. Seine Witwe sah sich mit

drei kleinen Kindern außerstande, das mittlerweile konkursgefährdete Unternehmen weiterzuführen. Der Wiener Kaufmann Walter Suchy, der Wilhelm Jungmann & Neffe 1941 mit allen Lasten erwarb, behielt den alten Namen bei und führte es durch den Zweiten Weltkrieg. Nach Suchys Ableben 1957 stand das Unternehmen über zwei Generationen unter weiblicher Führung. Auf seine Tochter Margit folgte 1977 Enkelin Magda Neunteufel. Mit Georg Gaugusch und Andrea Christoph-Gaugusch traten 2005 Suchys Urenkel die Nachfolge an. Gauguschs Schwester ist zur Hälfte am Unternehmen beteiligt, und der 42-Jährige würde sich freuen, wenn eine ihrer mittlerweile drei Töchter einmal Interesse für das Unternehmen zeigt. Eine detaillierte Geschichte von Jungmann & Neffe hat er für einen Ausstellungskatalog des Jüdischen Museums geschrieben, der im Frühling 2017 erscheint. Im November veröffentlicht er den zweiten Band von „Wer einmal war. Das jüdische Großbürgertum Wiens 1800–1938“.