

Ästhetin mit Geschäftssinn

FRAUEN IM MANAGEMENT Anja Graf, Gründerin von Visionapartments und vierfache Mutter, hat in der heute boomenden Serviced Apartments-Branche einen kompetentesten Aufstieg hingelegt. Ihr Ziel ist die europäische Marktführerschaft im Bereich möbliertes Wohnen.

TEXT DELIA BACHMANN

Als die 21-jährige Anja Graf 1999 Visionapartments gründete und mit dem Haus an der Militärstrasse 24 im «Chreis Cheib» ihre erste Immobilie erwarb, standen die Zeichen – objektiv betrachtet – eher schlecht. Nur wenige Jahre zuvor mussten viele, die in überbewertete Immobilien investiert hatten, aufgrund der gestiegenen Hypothekenzinsen Privatkonkurs anmelden. Die Nachwehen der geplatzten Immobilienblase waren im Gründungsjahr noch spürbar und die Banken sassen auf einem riesigen Recovery. Niemand, der sich mit Immobilien auskannte, hätte zu dieser Zeit in Immobilien investiert. Anja Graf, damals noch eine Laie, hat es getan, was sich als Glücksfall erwies. Seit 1999 hat sich viel verändert: Die Starthilfe hat Graf längst abbezahlt, die Immobilienpreise sind stark gestiegen und allein am Standort Zürich gehören Visionapartments 12 Immobilien mit über 600 Wohnungen. Insgesamt werden heute über 1000 Wohnungen an verschiedenen Standorten in der Schweiz und in Europa vermietet. Die Erstimmobilie im «Chreis Cheib», der seinem Namen einst alle Ehre machte, hat sich auch dank der Nähe zur Europaallee zu einer Premium Location gemausert und steht exemplarisch für die fortschreitende Gentrifizierung in Zürich.

DIE CALJ-MODELAGENTUR

Die Idee für Visionapartments entstand nicht im luftleeren Raum, sondern wurde gewissermassen aus einer Notwendigkeit heraus geboren: Als Jugendliche arbeitete Anja Graf eine kurze Zeit lang als Model, wobei es sich dabei um «unprofessionelle Auftritte» etwa an Haarshows handelte. Mit 19 brach sie das Wirtschaftsgymnasium ab und gründete zusammen mit drei Freunden die Modelagentur «CALJ». So wurde Graf zur Unternehmerin und hängte den Modeljob an den Haken: «Ich manage lieber selbst, als dass ich gemanagt werde», begründet sie den Entscheid. Die Suche

nach Unterkünften für die Models gestaltete sich schwierig und so nahmen die vier Junggründer die Sache selbst in die Hand. Die Büroräumlichkeiten oberhalb einer Autogarage im Letzigrund funktionieren sie behelfsmässig zu Zimmern um und vermieteten diese mühelos an Grosskonzerne. Die Modelagentur – selbst alles andere als erfolgreich – erwies sich so als Nährboden für eine Milliarden-Idee und als persönliches Lehrstück für Anja Graf: «Ich habe gelernt, dass es vielleicht einfacher ist, wenn man etwas alleine macht.» Als Grund nennt Graf die divergierenden Interessen, was bei vier Gründern nicht überrascht. So leistete eine gute Freundin bei der Gründung von Visionapartments als GmbH zwar pro forma die Unterschrift, faktisch war Anja Graf aber die alleinige Gründerin.

MIT STARTKAPITAL AUF BANKENTOUR

Mit einer Million Franken Startkapital – ein Darlehen ihrer Eltern – legte die gebürtige Winterthurerin los und klapperte die Banken auf der Suche nach Fremdkapital ab. Bei der Credit Suisse wurde sie schliesslich fündig. Sie liess Graf das fehlende Geld für den Kauf der ersten Immobilie. Als während dem Umbau nochmals 700'000 Franken fehlten, gewährte die Bank erneut einen Kredit, obwohl damit das KV klar überschritten wurde. Als das erste Objekt fertiggestellt war, stand Anja Graf mit 400'000 Franken Schulden da, die aus dem Cashflow des Hauses abbezahlt werden mussten: «Das war kein besonders angenehmes Gefühl, deshalb habe ich, um mich abzulenken, nach neuen Liegenschaften Ausschau gehalten.» Das Unternehmehandwerk habe sie nicht in Kursen, sondern in einer «sehr teuren autodidaktischen Weiterbildung gelernt», erzählt Graf und lacht. Ihre Fähigkeit, gut delegieren zu können, – so darf man annehmen – hat zum Erfolg wesentlich beigetragen: «Man muss einen guten Riecher dafür haben, was man zwingend selbst machen muss, und was man delegieren darf.»

MÖBLIERTES IMMOBILIEN-IMPERIUM

Seit 1999 hat Visionapartments einen weiten Weg zurückgelegt. Dieser Weg war und ist ein regelrechter Expansionspfad. So setzte das Unternehmen im Jahr 2014 25.75 Millionen Franken um; die jährliche Wachstumsrate – ein Durchschnittswert der letzten fünf Jahre – liegt bei 30 Prozent. Das Portfolio zählt mittlerweile 24 Liegenschaften, was einem Anlagevolumen von rund 314 Millionen Franken entspricht. Die Hälfte dieser Liegenschaften befindet sich in Zürich, die Restlichen sind in Lausanne, Berlin, München, Mallorca, Warschau und Wien. Vier weitere Projekte in Frankfurt, Lausanne, Genf und Vevey werden derzeit gebaut. Vom schnellen Wachstum unangetastet blieb das, was Visionapartments ausmacht: Ein hohes Mass an Serviceorientierung und erlesene Designkonzepte. Auch bei der Wahl potentieller Partner wird Wert gelegt auf Ästhetik und Design; ansprechende Bilder sind das erste Kriterium: «Wenn jemand im Design pingelig ist, zieht sich das wie ein roter Faden durch den Service und das Personal.» Die Partnerschaften mit anderen Serviced Apartment-Anbietern geben Visionapartments ein Standbein in Destinationen, wo das Unternehmen noch keine eigenen Liegenschaften unterhält, so etwa in Paris, Amsterdam, Hamburg, Danzig oder Zug. Sie basieren auf gegenseitigem Weiterempfehlen.

WEITER AUF EXPANSIONSKURS

Das Ziel für die Zukunft des Unternehmens ist klar: «Wir wollen der wichtigste Name in unserer Branche werden.» Die Weichen für eine weitere Expansion wurden bereits gestellt. So erleichterte im Jahr 2010 die Einrichtung eines Service Centers in Warschau, ein Backoffice für alle Unternehmensbereiche, die Expansion über die Schweizer Grenze. Da das Unternehmen eine gewisse Grösse erreicht hatte, wurde es im Jahr 2014 neu strukturiert, konsolidiert und ein neues Management-Team eingesetzt, das Anja Graf bei ihren Aufgaben unterstützt. Nun soll

Visionapartments weiter wachsen: Neben Eigenkäufen und weiteren Kooperationen ist auch der Kauf einer Partnerfirma möglich, wozu Graf zum jetzigen Zeitpunkt jedoch keine näheren Angaben machen will.

BOOMBRANCHE IN ZWITTERSTELLUNG

Die Serviced Apartment-Branche hat seit den Anfängen von Visionapartments eine enorme Entwicklung durchlaufen. Beinahe im Wochentakt schiessen neue Marken aus dem Boden. Kopfschmerzen hat Anja Graf deswegen keine: «Ich würde sagen, die Nachfrage hat stärker zugenommen als die Konkurrenz.» Grund dafür sei der veränderte Lebensstil: Früher war das Fliegen ein Riesenprojekt, heute ist es normal, dass man hier lebt und dort arbeitet. Die Business-Nomaden, die von Metropole zu Metropole ziehen, werden immer mehr. Auch Anja Graf, die in Warschau lebt und das Flugzeug fast täglich nutzt, zählt zu ihnen. Neben der Internationalität schätzt sie die Ästhetik, die in der Branche und insbesondere bei Visionapartments eine zentrale Rolle spielt – gerade weil Visionapartments die Innendesign-Konzepte selbst entwickelt. Für Letzteres findet die «Ästhetin» weniger Zeit als ihr lieb ist – das Fotografieren von tollen Design-Ideen in Hotels etc. lässt sie sich aber nicht nehmen. Zu den schattigeren Seiten der Branche gehören die unklaren Gesetzeslagen. Während es etwa für die Hotellerie klare Standards gibt, an denen sich die Hotels orientieren können, fehlen diese für die Serviced Apartment-Branche. Grund dafür sei deren Zwitterstellung, so gebe es mit Apartment-Häusern, Boarding-Häusern usw. nochmals verschiedene Richtungen: «Man muss zuerst alle Problemfelder durchgespielt haben, bis man weiss, was die Gefahren sind.»

ZEITKNAPPHEIT UND ZUKUNFT

Der Terminkalender von Anja Graf ist schon Wochen im voraus randvoll gefüllt: «Ich dachte immer, ich könne so nicht leben, nun ist es aber leider so.» Planung wie auch die strikte Arbeitsteilung sind eine Notwendigkeit, um die Rollen als Unternehmerin und Mutter unter einen Hut zu bringen. Zu Hause managt Grafs Partner zusammen mit einer Nanny und Haushälterin die Familie. Drei der vier Kinder gehen in Warschau auf eine internationale Schule. Dass das Unternehmen dereinst in zweiter Generation geführt wird, kann sich die 37-jährige Unternehmerin gut vorstellen: «Ehrlich gesagt würde ich mir das sogar wünschen, bei vier Kindern gibt es ja auch etwas Konkurrenz.» Druck ausüben will sie jedoch nicht: «Am Ende muss jeder selbst wissen, womit er glücklich wird im Leben.»

Anja Graf: «Es ist unglaublich, aber es ist wirklich alles aus dieser Million gewachsen.»

Foto: zVg