

Anja Graf

Die schöne neue Immobilienwelt der Gräfin

Sie hat viel erreicht und noch Grösseres vor: Anja Graf hat mit Visionapartments die Marktführung im Bereich möbliertes Wohnen in der Schweiz übernommen. Nun denkt sie laut darüber nach, das Uber-Modell auf Serviced Apartments zu übertragen.

Text: **Silvia Affolter** Bilder: **Nathan Beck**

Sie sind der Hingucker: blutrot, zwölf Zentimeter hoch. Die High Heels von Anja Graf sind das Markenzeichen der zierlichen Frau. Im dezenten schwarzen Businessanzug, einem schlichten T-Shirt unter der Jacke sitzt sie, die Beine übereinandergeschlagen, an diesem Mittwochmorgen auf der Bühne der voll besetzten Aula des Wirtschaftsgymnasiums Hottingen in Zürich. Dreihundert Schüler blicken sie erwartungsvoll an. Die Unternehmerin ist eine von drei Immobilienprofis, die über «Neue Wohnformen» referieren.

Die Schüler gehen provokativ an das Thema heran. Graf und die beiden Männer sollen in einem Rollenspiel, anhand von drei erfundenen Pärchen, zeigen, wer die grösste Chance hat, eine begehrte und bezahlbare

«Wir müssen uns nicht mit Machtgehebe und den üblichen Machospielchen positionieren.»

Wohnung zu bekommen. Während die Herren vor allem bei einem Paar mit slawischem Migrationshintergrund ins Trudeln kommen und nach Worten suchen, bleibt die Dame gelassen: «Bei mir bekommt der die Wohnung, der zuerst unterschreibt», sagt sie sachlich.

«Straight forward», nicht lange rummachen, das ist das Credo der Gründerin von Visionapartments. Schnelle Entscheidungen, überdurchschnittliche Risikobereitschaft – das sind die Erfolgsfaktoren, die das Imperi-

um der heute Vierzigjährigen innerhalb von zwanzig Jahren von einer Wohnung an der Zürcher Militärstrasse auf 20 000 ansteigen liessen. Eine Tatsache, die die geborene Winterthurerin zu einer Art Shootingstar unter den Vorzeigefrauen in der hiesigen Wirtschaft gemacht hat. Die Presse porträtiert Anja Graf gern als «Immobilienprinzessin» und «Powerfrau». «Clever, schön, erfolgreich» sei sie, schrieb die *Schweizer Illustrierte*, und der *Tages-Anzeiger* traute sich, 2015, im Zeitalter der Gleichberechtigung, die Unternehmerin danach zu fragen, wie sie es schaffe, «Familie und Kinder unter einen Hut zu bekommen». Anja Graf's Lebensentwurf ist spannend, lässt keine Schubladisierung zu und weckt Neugierde. Mit sechzehn startete die Winterthurerin ihr eigenes Business, sie hat vier Kinder mit drei verschiedenen Männern und ist extrem erfolgreich. Das löst Gefühle bei ihren Gegenübern aus: «Männer», sagt sie, «öffnen mir zunächst gerne die Türen, bis sie etwas verblüfft realisieren, dass ich ohne Koketterie direkt zum Thema komme.» Doch dann, so erklärt sie, werde sie schnell respektiert.

Ist sie tatsächlich eine, der es gelingt, nicht an die gläserne Decke zu stossen, die im Berufsleben keine Nachteile erfährt, weil sie eine Frau ist? Sie überlegt eine Weile. Klar, sie kenne das Problem. Ein paar Anekdoten fallen ihr dazu ein. Amüsiert erzählt sie von hochkarätigen Round-Table-Gesprächen, an denen sie von anwesenden CEOs beim Empfang gebeten wurde, doch schnell ein Glas Wein zu servieren oder den Mantel aufzuhängen. Keiner käme auf die Idee, dass sie ebenfalls geladener Gast sei, lacht sie. Wenn

Über Anja Graf

Anja Graf wurde 1977 in Winterthur geboren. Mit sechzehn gründete sie ihr erstes Geschäft, ein Jahr später brach sie das Gymnasium ab. 1999 erfolgte der Startschuss von Visionapartments. Mit einem Startkapital von 1 Million Franken schuf sie innert knapp zwanzig Jahren ein Serviced-Apartments-Unternehmen mit rund 2000 eigenen Wohneinheiten im Umfang von 500 Millionen Franken. Das Unternehmen ist auf Expansionskurs. Graf beschäftigt 180 Angestellte, wohnt in Warschau und ist Mutter von vier Kindern.

sie sich dann vorstelle, seien die Herren zuerst peinlich berührt, aber danach sehr zuvorkommend. Kein Klagen, keine falsche Eitelkeit: Graf sieht die Dinge pragmatisch, Frausein habe auch seine Vorteile, meint sie selbstbewusst: «Wir müssen uns nicht mit Machtgehebe und den üblichen Machospielchen positionieren.» Das sei zeitsparend und für die Vertragspartner deswegen auch angenehm.

Später, nach dem Auftritt in der Aula der Schule, hat die Durchgetaktete Zeit für ein Gespräch. Den zehnminütigen Weg zu dem von ihr vorgeschlagenen Gartenrestaurant meistert sie auf ihren High Heels so locker





Unternehmerinnen unter sich: Graf im Gespräch mit Affolter.



«Das Pult der Macht.»

wie andere in Turnschuhen. Ein eigenes Büro hat die Chefin von 180 Mitarbeitern nicht. Die Büros, die Visionapartments ebenfalls vermietet, sind alle ausgebucht. Fast Normalzustand beim Unternehmen, das im Bereich möbliertes Wohnen Schweizer Marktführer ist. Heute besitzt Visionapartments über 1000 eigene Wohneinheiten in der Schweiz, Deutschland, Österreich und Polen. Die Firma mit einem Immobilienportefeuille von 500 Millionen Franken ist auf einem gewaltigen Expansionskurs. Gegen 1000 weitere Wohneinheiten sind momentan in der Pipeline und in den nächsten 12 Monaten bezugsbereit. Doch damit nicht genug: Dank Partnerschaften mit Serviced-Apartments-Unternehmungen in 60 Ländern können Kunden bereits heute aus über 20000 Wohnobjekten in ganz Europa auswählen. Einfach, mobil, per Knopfdruck.

Sämtliche Wohnungen in der Schweiz verfügen über ein Keyless-Code-System. Dies ermöglicht es, dem Kunden zu jeder Uhrzeit per Mail oder per SMS einen Code mit Zutrittsberechtigung zum eigenen Apartment zu gewähren. Graf will auch ihre Partnerunternehmen im Ausland von diesem Schlüsselsystem überzeugen. «Das könnte der Beginn von Uber im Bereich Serviced Apartments werden», sinniert sie. Umso erstaunlicher, dass sie, die im Businessbereich die Segnungen des digitalen Zeitalters so virtuos nutzt, im persönlichen Bereich immer noch auf Altbewährtes setzt: Ein Laptop und ein lederner Filofax, in den sie von Hand Termine einträgt, sind ihre

ständigen Begleiter. «All diese elektronischen Tools sind mir zu kompliziert», erklärt sie.

Die Vierzigjährige hat eben das, was eine kreative Unternehmerin ausmacht: Ideen, Mut und eine gewisse Hartnäckigkeit in der Umsetzung. Würde man ihren Vater fragen, bekäme man vermutlich zu hören, dass diese Eigenschaften für Eltern bei einem Teenager recht beängstigend sein können. Zumindest dann, wenn das siebzehnjährige Töchterlein – so bei den Grafs geschehen – aus Langeweile beschliesst, das Gymnasium hinzuschmeissen und eine eigene Firma zu gründen.

Natürlich hatte sie schon als kleines Mädchen mit grossen Ohren den Gesprächen gelauscht, die Papa Ulrich Graf, damals CEO und heute VR-Präsident des weltweit füh-

«Man muss einen Riecher haben, was man zwingend selbst machen muss und was man delegieren darf.»

renden Unternehmens für Sicherheits- und Zutrittslösungen, Dormakaba, mit seinen Kollegen führte. Zudem verkaufte sie dem Herrenzirkel am heimischen Esstisch nämlich nicht die Schülerzeitung – sondern gleich ein Sponsoring derselben. Worauf diese begeistert eingingen, und Anja verbuchte ihren ersten Businesserfolg. Und während ihre Schulkameradinnen ihr Taschengeld für

Kosmetika und Kleider ausgaben, heuerte Anja Graf damit ihre erste Mitarbeiterin an: Während sie selber die Schulbank drückte, vermittelte eine Model-Bookerin von ihrem Kinderzimmer aus Fotomodelle.

Für die Models mussten auch Übernachtungen organisiert werden. Da Hotels zu teuer waren, mietete Anja Graf eine erste Wohnung an. Schnell war klar, dass Mieteinnahmen das lukrativere Geschäft waren. Die Gymnasiastin hatte eine Passion gefunden, die ihr spannender schien als die Matura. Die Idee für Visionapartments war geboren. So verliess sie mit siebzehn Jahren Schule und Elternhaus, um Unternehmerin zu werden. Sehr zum Kummer von Vater Ulrich Graf, der um die berufliche Zukunft seiner Tochter fürchtete.

Grundlos, wie sich bald herausstellte. Schon mit achtzehn Jahren mietete sie ihre ersten Immobilien an. Ihr damaliger Freund, Vater ihres ersten Kindes, investierte sein gesamtes Vermögen von 80 000 Franken in die Vision seiner Freundin. Mit Gewinn, noch heute sitzt er im Advisory Board der Gruppenholding von Visionapartments. Kommt der Geschäftssinn vom Vater? «Nein», sagt sie, «ich denke, von meinem Grossvater.» Dieser, Buchhalter bei Sulzer, handelte in seiner Freizeit mit Münzen und Briefmarken. Ein warmes Lächeln macht sich nun auf ihrem Gesicht breit. Von ihrem Opa hat die kleine Anja das Handeln gelernt und die Freude am Verkaufen. «Mein Verhältnis zu meinem Vater war, nachdem ich die Schule



Das 60-Sekunden-Interview mit Anja Graf

Frau Graf, was ist der beste Rat, den Sie Frauen, die Karriere machen wollen, geben können?

Eine Portion Egoismus und Hartnäckigkeit ist hilfreich. Man darf sich weder Grenzen setzen, noch sollte man sich einschüchtern lassen. Wenn eine Idee steht, sollte die ganze Energie auf diese eine Karte gesetzt werden.

Was würden Sie in Ihrer Karriereplanung aus heutiger Sicht anders machen?

Nichts, ich bedaure lediglich, dass ich nicht früher in die Schule geschickt wurde und dass ich als Kind nicht mehrsprachig aufgewachsen bin. Meine Kinder sprechen bereits im Vorschulalter vier Sprachen. Das ist ein grosses Kapital.

Was halten Sie von der Frauenquote?

Ich halte nichts davon. Angebot und Nachfrage bestimmen den Markt, dies sollte auch bei Personalentscheidungen so sein. Niemand will einen Job, bei dem es heisst, er sei subventioniert. Das ist keine gute Voraussetzung.

Was können Frauen von Männern lernen und umgekehrt?

Männer treffen Entscheidungen und können mit diesen und den daraus resultierenden Konsequenzen leben. Frauen zaudern oft, muten sich weniger zu und probieren weniger aus. Die Angst, etwas falsch zu machen, überwiegt. Warum nicht mal Learning by Doing ausprobieren? Denn wer nichts wagt, nichts riskiert, gewinnt auch nichts.

Was können Frauen definitiv besser?

Frauen sind im Normalfall eine Spur besser organisiert.

Welches sind für Sie die nützlichsten Businessnetzwerke?

YPO (Young Presidents' Organization) und League of Leading Ladies, von Sandra-Stella Triebel.

Was muss passieren, damit mehr Frauen auch in der Schweiz in Führungspositionen kommen?

Tagesschulen und vom Arbeitgeber organisierte Tageskrippen sind entscheidend. Nicht zuletzt müssen sich aber auch die Frauen ändern. Man kann es als Karrierefrau nicht allen recht machen. Man muss sich ohne schlechtes Gewissen abgrenzen können.

Was unternimmt Ihr Unternehmen dafür?

Bei uns dürfen Frauen im Management ausnahmsweise auch nur achtzig Prozent arbeiten.

Welche Topmanagerin oder welchen Topmanager bewundern Sie?

Richard Branson. Ohne Schulabschluss ist er einer der visionärsten Unternehmer geworden. Zudem hat mich die Biografie von Oprah Winfrey beeindruckt.

Was wissen die wenigsten über Sie?

Ich liebe Spaghetti und kann auf High Heels auch rennen.

www.visionapartments.com

frühzeitig verlassen hatte, hingegen eher etwas angespannt.» Er der begnadete Manager, sie die Unternehmerin. «Das sind zwei verschiedene Paar Schuhe», betont sie entschieden. Das Verhältnis zu ihrem Vater verbesserte sich erst, als dieser realisierte, welch unbändigen Erfolgswillen seine Tochter besitzt, was ihn dazu veranlasste, eine Million zusätzliches Startkapital in das damals junge Start-up-Unternehmen zu investieren. Damit wurde die erste Immobilie gekauft.

Wie war das am Anfang? «Learning by Doing», lautet ihre Devise. Das Unternehmertum hat sie nicht studiert, sondern «in einer rein autodidaktischen Weiterbildung gelernt», meint sie augenzwinkernd. Mädchenhaft jung und zurückhaltend wirkt sie, doch dahinter steckt eine durch und durch anpackende Frau. «Wände streichen, Böden legen und Möbel organisieren, das ist absolut kein Problem für mich», sagt sie. Und bei ihren ersten Wohnungen hat sie ihre Handwerkerqualitäten und ihr Flair für Innendesign auch ausgelebt. Das hat sich inzwischen geändert: «Gingen wie früher noch zu Ikea, um eine neue Matratze zu holen, so funktioniert das heute viel professioneller. «Haben wir früher jahrelang an Plänen und Innendesign gefeilt, so können wir heute Hunderte von Wohneinheiten innert Wochen komplett renovieren und zudem mit allem, was zum Wohlfühlprogramm eines modernen Apartments gehört, ausrüsten.» Stolz schwingt mit, wenn sie diese hocheffiziente Logistik beschreibt. Und

damit die zwischengelagerten Möbel und Accessoires, die auf ihren Einsatz warten, noch zusätzlichen Umsatz bringen können, hat sie Lagerräume in Zürich, Genf und Berlin kurzum in trendige Concept-Stores à la Zara Home verwandelt. Zeit, sich persönlich um alle Details in ihren Unternehmungen zu kümmern, hat sie heute nicht mehr. Inzwischen delegiert sie, wo immer sie kann: «Man muss einen guten Riecher haben, was man zwingend selbst machen muss und was man delegieren darf.» Ihrem Management lässt sie freie Hand. Das Einzige, was Graf interessiert, sind Facts, wie zum Beispiel die monatlichen Auslastungszahlen an den wichtigsten Standorten. Diese lägen bei 95 Prozent, meistens sogar darüber. Davon können Schweizer Hoteliers nur träumen. «Wir ha-

ben nichts mit einem Hotelbetrieb zu tun», betont Graf, «wir bieten keine Gastronomie und konzentrieren uns auf langfristige Mieter.» Standorte sind Städte mit überdurchschnittlich hohen Hotelzimmerpreisen. Der Erfolg ihres Unternehmens beruht nicht zuletzt auf konsequentem Kostenbewusstsein. Deswegen wird vieles auch vom polnischen Warschau aus organisiert, wo Graf mit ihrem Partner und dem jüngsten Familienzug auch lebt. Die gesamte Produktion der Designmöbel für die Apartments, das Service- und Supportzentrum, die IT, das Marketing, die Abteilungseinsatzpläne für Putzpersonal, die Finanzen und der 24-Stunden-Anrufservice sind dort angesiedelt. Nicht nur weil die Lohnkosten tiefer sind, sondern auch weil «in Polen die Jungen mittlerweile sehr gut

ausgebildet sind». Ausserdem, so erklärt sie, sei ein Wachstum von nahezu dreissig Prozent jährlich aus der Schweiz heraus undenkbar.

Warum operiert sie von Warschau aus? Auch das hat historische Gründe, denn Anja Grafs zweiter Mann ist Pole. In Warschau lebte die gesamte Patchworkfamilie, die auf vier Kinder und drei (Ex-)Partner angewachsen ist, bis vor Kurzem gemeinsam.

Inzwischen ist ein Teil der Familie nach Genf umgezogen. Auch das aus wohlüberlegten Gründen: «Ich will, dass meine Kinder mehrsprachig aufwachsen», das sei ein Riesenvorteil in der Schweiz. Da kommt sie zum Vorschein, die andere Seite der Unternehmerin, die zugleich auch fürsorgliche Mutter ist. Für viele Frauen der lebende Beweis dafür, dass man sehr wohl erfolgreiche Businessfrau und glückliche Mutter sein kann. «Bin ich zu Hause, bin ich Mutter aus Leidenschaft», sagt sie. Das geht natürlich nur, weil sie sich ganz auf die Kinder konzentrieren kann, Hausarbeiten delegiert sie. Und hat gelernt, dort auch einmal ein Auge zuzudrücken, wenn nicht alles ganz so perfekt läuft, wie sie sich es wünscht.

Eine gute Organisation ist natürlich auch die Basis, auf der das Familienmodell beruht. Ist sie auf Reisen, übernehmen die Väter der Kinder das Zepter. «Wir führen ein Family-Office», meint sie entwaffnend, «alle verstehen sich, alle ziehen meistens am gleichen Strick.» Ohne das wäre wohl vieles nicht möglich. Denn an keinem anderen Punkt zeigt sich so deutlich, wie diese Frau tickt: Sie hat die traditionelle Mann-Frau-Rolle einfach umgedreht. Und das ganz selbstver-

ständiglich: «Schauen Sie, eigentlich ist es ganz einfach. Wenn die Väter Ihrer Kinder zugleich Ihre Angestellten beziehungsweise Businesspartner sind, dann können Sie relativ einfach auch auf deren Ferienplanung Einfluss nehmen sowie Freitage zum Mithelfen zu Hause gewähren.»

Unternehmerin, Visionärin und unerschrockene Nutzniesserin des gesellschaftlichen Wandels. Wo ist der Haken? Bleibt etwas auf der Strecke? Die Antwort kann nur lauten: ja. So wie jeder beruflich und privat sehr engagierte Mensch hat Anja Graf einfach wenig Zeit für sich selbst. Auch das ein Grund, warum sie um die Bedürfnisse ihrer Kunden so genau Bescheid weiss. «Die heutige Arbeitswelt verlangt ein hohes Mass an Flexibilität. Dies erfordert schnelle Entscheidungen, auch in der Wohnungssuche. Wer bei uns mietet, spart nicht nur Zeit, sondern gewinnt auch Freiheiten.»

«Wir führen ein Family-Office. Alle verstehen sich, alle ziehen meistens am gleichen Strick.»

Ob Kunden von internationalen Konzernen oder Private in der Beziehungskrise, «sie ziehen von heute auf morgen bei uns in eine moderne Designwohnung mit sämtlichen Komfort. Vom Zahnputzglas bis zum Salzstreuer und zum Reinigungspersonal, alles ist organisiert.»

Diese Frau hat offensichtlich den richtigen Riecher. Zuvor hat sie den Schülern in der

Aula noch eine weitere Zukunftsvision ver-raten. «Wie sehen die Wohnformen in dreissig Jahren aus?», wollen die Schüler wissen. Und da kommt plötzlich doch eine Idee zum Vorschein, die vor allem die Liberalisierung der Frauen betrifft. Denn diese, so weiss sie selbst am besten, funktioniert nur, «wenn berufstätige Mütter ohne schlechtes Gewissen ihrer Arbeit nachgehen können». Hier will Graf sich einsetzen – mit modernen Wohngemeinschaften, basierend auf durchmischten Communitys. Im Prinzip eine Neuauflegung des alten Familienmodells, Alte und Junge unter einem Dach. Kleinere Wohneinheiten, aber grosse Gemeinschaftsräume. «Es wird immer mehr ältere Menschen geben, die gerne ihre Erfahrungen und Begabungen mit Jüngeren teilen möchten, und es wird diese jungen Frauen geben, die mit Vollgas und Risikobereitschaft Karriere machen wollen.»

Da liegt der Gedanke nahe, Wohnwelten zu schaffen, in denen ein Grundservice, der einem das Leben vereinfacht, inbegriffen ist. «Warum nebst den Mieten nicht auch Lebenspackages anbieten? Eine Mutter könnte sich für 500 Franken pro Monat das Lebenspackage «Kinderbetreuung» kaufen. Ältere Menschen könnten sich das Lebenspackage «Einkäufe erledigen» erwerben, und wer sich in die Gemeinschaft einbringt, bekommt Bonuspunkte und bezahlt unter Umständen nichts oder weniger für seine Lebenspackages.» Zeit hat sie auch hier keine zu verlieren. Eine App, die das Management und sämtliche Services für diese neue Lebensform vereint, hat sie bereits in Auftrag gegeben. Jetzt fehlt ihr für diese Vision nur noch das entsprechende Grundstück. □

ANZEIGE

**15%
Spezialrabatt**
auf Ihre Anzeige in der Ausgabe
08/2017 (15.8.2017)
**+ Fr. 1000.–
Online-Guthaben
geschenkt!**

1. Ausgabe im neuen Schuljahr:

**Bis zu Fr. 2'455.–
geschenkt!**

Profitieren Sie von unserem
unglaublichen Sommer-Angebot!

**22% Leserzuwachs
& Verdoppelung der
Online-Zugriffe ggü. Vorjahr!**

Angebot gilt exklusiv für Inserate-Buchungen in der Ausgabe 08/2017 des Schweizer ElternMagazins Fritz+Fränzi und ab einem Mindestformat von ½ Seite.

Tel. 044 277 72 62 / anzeigen@fritzundfraenzi.ch

DAS SCHWEIZER

ElternMagazin



Dominique Biedermann
Präsident des Verwaltungsrates von ethos



Thomas Paroubek
Leiter des Migros-Beschaffungsbüros in Hongkong



Dr. h.c. Rudolf Strahm
alt Nationalrat



Dr. Felix R. Ehrat
Group General Counsel Novartis



Prof. Dr. Rudolf Minsch
Chefökonom economiessuisse

Gute Konsumenten, böse Konzerne?

9. Konsumententagung, Freitag, 15. September 2017, 14 Uhr
Lake Side, Bellerivestrasse 170, Zürich

Weltweit wächst die Kritik an der Globalisierung. Gleichzeitig gewinnt der Protektionismus an Zuspruch. Unbestritten ist: Importgüter sollen möglichst sozial- und umweltverträglich hergestellt werden. Doch werden die Öko- und Arbeitsstandards überhaupt eingehalten und wie werden sie kontrolliert? In der Schweiz sollen künftig Konzerne belangt werden können, wenn sie im Ausland Menschenrechte und Umweltstandards verletzen; dies verlangt die «Konzernverantwortungsinitiative». Sind die Konsumentinnen und Konsumenten ihrerseits bereit, für fair hergestellte Produkte einen fairen Preis zu bezahlen?

Information/Anmeldung

Migros-Genossenschafts-Bund
Direktion Wirtschaftspolitik
Limmatstrasse 152, 8031 Zürich
Tel. 044 277 30 87
MIGROS-Wirtschaftspolitik@mgb.ch



EuropaInstitut
AN DER UNIVERSITÄT ZÜRICH

MIGROS