



«Wir wissen von Anfang an, ob ein Kunde Rechts- oder Linkshänder ist, wie viele Taschen und Schuhe seine Frau besitzt – alles, bevor überhaupt der erste Strich gezeichnet ist.»

Patric Simmen über seine Auffassung von Kundenorientiertheit

«Einen speziellen Bezug zu Luxus habe ich nicht»

Er wird als «Baumeister für die Reichen» bezeichnet: Patric Simmen verwirklicht architektonische Träume für jene, die es sich leisten können. Mit Erfolg: Sein Unternehmen ist in den letzten Jahren stark gewachsen.

VON THOMAS BERNER (TEXT) / LINDA POLLARI (FOTOS)

Die SimmenGroup steht hinter etlichen Luxus-Bauprojekten im Raum Zürichsee und expandiert weiter. Wer den Firmensitz in Schindellegi betritt, atmet sofort etwas den Duft des grossen Geldes ein. Und vieles scheint die persönliche Handschrift des Chefs zu tragen.

Auf Ihrer Visitenkarte steht Chairman/Art Director, in einer Zeitung wurden Sie auch schon mit den Worten zitiert, Sie seien «ein verdammter Dienstleister». Wo müssen wir Sie nun einordnen?

Patric Simmen: Als Art Director besteht meine Aufgabe darin, alles abzusegnen, was irgendwie mit Design zu tun hat. Das beginnt beim Vorprojekt, bei der Ausführungsplanung und führt bis hin zur Innenarchitektur und der Gartengestaltung. Alles geht über meinen Schreibtisch, da ich ja von Anfang an dabei bin und direkt vom Kunden weiss, welche Bedürfnisse er hat. Für ihn bin ich dann der Dienstleister.

Das Firmenmotto lautet bei Ihnen ja «belong together», also Sie bieten alles, was zu einem Wohnraum gehört, aus einer Hand an. Gibt es noch Bereiche, die fehlen?

Das Thema Visualisierung will ich in unser Unternehmen noch integrieren. Unser Anspruch ist die möglichst realitätsnahe Abbildung von Bauprojekten, wo man kaum mehr sieht, dass es sich nur um eine Computergrafik handelt. Ferner sind wir dabei, auch den Bereich Statik in unser Unternehmen reinzuholen. Wenn wir selbst über diese Expertise verfügen, können wir die Abläufe und Prozesse beschleunigen. Zudem werden wir damit einen Erfahrungsschatz schaffen, von dem wir langfristig profitieren können.

Worin bestehen denn die Besonderheiten vieler Ihrer Bauprojekte?

Vieles hängt eng miteinander zusammen. Ein Beispiel: So soll die Audio-Verkabelung im gleichen Kanal wie die Belüftung und die Elektroleitungen verlaufen, die Belüftungsabzüge soll man möglichst nicht sehen und werden deshalb in einem Schuhschrank «versteckt» – da vermischen sich Herausforderungen der Haustechnik mit Fragen der Innenarchitektur.

Ihre Kunden stammen ja zumeist aus dem Premium-Segment. Was ist Ihre persönliche Einstellung zum Thema «Luxus»?

Inzwischen kann ich mir durchaus das eine oder andere leisten. Aber einen speziellen Bezug zu Luxus habe ich eigentlich nicht. Sicher: Ich trage gerne schöne Kleider, und als Mann fährt man gerne ein schönes Auto – aber das wär's dann auch.

Leben Sie auch so luxuriös, wie Sie bauen?

Auch bei den eigenen vier Wänden muss es nicht Luxus pur sein. Gerade letzthin verkaufte ich meine Wohnung, die man durchaus als Luxuswohnung bezeichnen konnte, und zog in ein gewöhnliches Haus. Mit einer Frau und vier Kindern ist Luxus für mich letztlich, den Kühlschrank jeden Tag voll zu haben, ohne gross auf das Budget schauen zu müssen. Eine eigene Yacht oder ständiges Reisen benötige ich nicht.

Aber Ihren Kunden erfüllen Sie jeden Wunsch, mag er auch noch so extravagant sein.

Oder gibt es auch Grenzen, wo Sie sagen: Stopp?

Einmal wollte ein Kunde transparente Toiletten-Abflussrohre. Wir konnten ihn dann aber überzeugen, dass es technische Gründe gibt, die gegen durchsichtige Leitungen sprechen ... Bei speziellen Wünschen frage ich immer nach, um mich zu versichern, ob der Kunde dies wirklich so will, auch wenn eine Sache für meine Augen womöglich keinen Sinn macht. Durch unseren Service und die intensiven Gespräche lernen wir den Kunden sehr genau kennen. Wir wissen von Anfang an, ob er Rechts- oder Linkshänder ist, wie viele Taschen und Schuhe seine Frau besitzt – alles, bevor überhaupt der erste Strich gezeichnet ist. Das ist natürlich ein Mehraufwand. Ich

PERSÖNLICH

Patric Simmen schloss eine Lehre als Hochbauzeichner ab, arbeitete kurz als IT-Supporter in einer Grossbank und kam so zu seinen ersten Bauaufträgen. Vor zwölf Jahren machte er sich selbstständig. In das Segment für Luxusimmobilien geriet er, als er in Schindellegi das Haus für ein Direktionsmitglied einer Privatbank bauen durfte. Jetzt spielt Patric Simmen mit seiner SimmenGroup Holding AG in der obersten Liga. Das Unternehmen hat 62 Mitarbeitende und generiert einen Jahresumsatz von 14 Mio. Franken. Das Auftragsvolumen beträgt derzeit rund 600 Mio. Franken. Patric Simmen ist verheiratet und Vater von vier Kindern.

www.simmengroup.ch

könnte schon mit viel weniger Information einen Entwurf zeichnen, aber das ist nicht mein Anspruch als Architekt.

Wie unterscheiden sich denn Ihre Kunden von «gewöhnlichen»?

Man hat leider viele Vorurteile gegenüber Reichen. Doch es ist schon so: Sie sind anspruchsvoll, sie wollen keine 50 Ausstellungen besuchen, um ihren richtigen Dienstleister zu finden, da sie keine Zeit haben. Sie wollen an einem Ort bedient werden und am Schluss das Perfekte haben, da sie dafür ja viel Geld ausgeben. Bei unseren Kunden handelt es sich nicht nur um gut verdienende Manager, sondern auch um Unternehmer. Diese sind – wie ich meine – mit gutem Recht wohlhabend geworden, weil sie viel für ihr Geld arbeiten bzw. ein Leben lang alles für ihr Unternehmen gegeben haben und erfolgreich geworden sind.

Bauen Sie auch im Ausland? Denn viele begüterte Kunden verdienen ihr Geld ja nicht nur in der Schweiz.

Im Ausland sind wir mittlerweile auch präsent, weil uns die internationale Kundschaft immer stärker auch dort wahrnimmt. In Russland sind wir derzeit in mehrere Projekte involviert. Es besteht die Aussicht, dort ein Bauvolumen in einer neunstelligen Summe zu generieren. Auch in Prag und in Monaco sind wir aktiv.

Das klingt nun insgesamt alles nach einem starken Wachstum für Ihr Unternehmen.

Ja. Deshalb verfügen wir hier über Räumlichkeiten für gut 100 Mitarbeitende. Zurzeit beschäftigen wir 62. Einen Teil der Fläche haben wir noch untervermietet, aber die Grundlagen sind geschaffen, die unserem Wachstum für die nächsten zwei Jahre sicher Rechnung tragen.

Wie sehen Sie die Perspektiven denn in der Schweiz? Bauland gibt es immer weniger. Besteht ein Trend hin zu mehr Um- statt Neubauten?

Was sich auswirkt, sind die neuen Vorschriften für das verdichtete Bauen. Heute kann man auf einem Grundstück viel grösser bauen als noch vor 30 Jahren. Der Grundstückswert spricht oft dafür, dass man das bestehende Gebäude durch eines ersetzt, das die Fläche optimaler ausnützt. Der Mangel an Bauland wirkt sich natürlich aus, rund um den Zürichsee ist so ziemlich alles ausverkauft.

Inwiefern beeinflussen die Aussichten auf neue potente Steuerzahler die Bewilligungsverfahren?

Solches habe ich noch nie erlebt. Und ich will es auch gar nicht. Ich gehe nie zu einer Gemeinde, um zu fragen, ob sie bei der einen oder anderen Vorschrift nicht mal ein Auge zudrücken könnte.

Sie würden damit natürlich Ihren Ruf aufs Spiel setzen.

Mir geht es darum, dass alles reglementskonform abläuft. Da setze ich mich durch, notfalls auch mit dem Gang ans Gericht. Zumal handelt es sich bei meinen Bauten nicht um Häuser für Zweitwohnsitze, die monatelang einfach leer stehen. Meine Kunden wollen hier wohnen – wozu sonst würde ich mir ein 6-Zimmer-Haus bauen? Aber eben: Sobald es sich um gutbetuchte Kunden handelt, wird man argwöhnisch – ich weiss nicht, woran das liegt.

Alles redet momentan vom Fachkräftemangel. Wie schwierig ist es, passende Mitarbeitende zu finden?

STANDPUNKTE



Auf welchem Prinzip beruht Ihre Unternehmenskultur?

Flache Hierarchien – alle sind miteinander per Du, vom Lehrling bis zum Chef. Gemeinsame Pausen und Anlässe fördern die gute Stimmung in den Teams.

Ihr Grundprinzip beim Umgang mit Kunden?

Jeder meiner Mitarbeitenden weiss: Der Kunde ist König.

Bauleiter waren lange Zeit schwer zu finden, der Arbeitsmarkt war ausgetrocknet. Doch mit unserem jetzigen Bekanntheitsgrad ist es einfacher geworden; viele wollen für uns arbeiten.

Da dient wohl der Kontakt mit dem grossen Geld auch etwas als Lockvogel?

Klar ist das ein Thema. Doch die Hauptmotivation unserer Mitarbeitenden ist die Aussicht auf tolle, nicht alltägliche Projekte. Ein schönes Projekt zu verwirklichen, gehört zum Berufsstolz eines jeden. Aufgrund der restriktiven Personalauswahl arbeiten nur Leute bei uns, die zum Unternehmen passen, was sich positiv auf das Arbeitsklima auswirkt. Das Durchschnittsalter unserer Belegschaft beträgt 32 Jahre.

Steht da eine bestimmte Strategie dahinter?

Junge Leute lassen sich eben noch formen. Dies wird ab einem gewissen Alter schwierig. Sobald jemand ausschert, führt dies sofort zu Unstimmigkeiten und Unruhe. Eines meiner wichtigsten Ziele ist denn auch Harmonie unter den Mitarbeitenden, alle müssen am gleichen Strick ziehen. Doch es brauchte Zeit, bis wir die richtige Mannschaft beieinander hatten.

Kam dazu, dass Ihr Unternehmen in den letzten Jahren stark gewachsen ist.

Das machte die Sache tatsächlich nicht einfacher. Als es mit dem Wachstum begann, führte ich quasi jeden Mitarbeitenden einzeln – und dies recht straff, deshalb gab es aber auch keine schlechten Prozesse. Doch irgendwann musste ich von 17 auf 35 Mitarbeitende aufstocken. Diese konnte ich dann nicht mehr alleine führen, es brauchte neue Chefs. Für mich bedeutete dies eine neue Herausforderung, denn ich musste lernen, über die neuen Chefs zu kommunizieren und nicht mehr direkt mit den einzelnen Mitarbeitenden.

Welche Meilensteine haben Sie für die nächsten zwei bis drei Jahre gesetzt?

Der nächste Meilenstein ist sicher unsere neue Niederlassung in St. Moritz. Ferner sind wir daran, eine Kooperation im Ausland aufzubauen. Zudem sind wir in einem Hochhausprojekt involviert. Mit unserem SimmenStore wollen wir im Ausland Fuss fassen; dahinter steht etwas weltweit Einmaliges, eine Art Boutique mit allen Materialien und unzähligen Kollektionen von Möbeln über Lampen, Sanitär- ausstattungen bis hin zu Teppichen und Vorhängen, die es für die Verwirklichung von Wohnräumen benötigt.