

## «Stress hab' ich nie – nur viel Arbeit»

*SimmenGroup* – Mehr als 50 perfekt choreographierte Villen hat die Simmen-Group rund um den Zürichsee gebaut. Nicht genug für Firmenchef Patric Simmen: Aktuell steht die Auslandsexpansion auf der Agenda.

**INTERVIEW: BIRGIT WÜST** – Die SimmenGroup mit Sitz in Schindellegi/SZ entwirft und baut Luxusimmobilien für höchste Ansprüche. Mit einem Bauvolumen von über 300 Millionen Franken zählt das 1999 gegründete und 2008 in eine Holding gewandelte Unternehmen zu den führenden Schweizer Anbietern im Segment Luxusimmobilien; mit sieben Tochtergesellschaften und 62 Mitarbeitern deckt es die gesamte Wertschöpfungskette ab – von der Architektur über Innenarchitektur/Fachhandel, Bauleitung, Haustechnik, Totalunternehmung bis hin zur Gartengestaltung und der Immobilienvermarktung. Gesucht und geboten wird dabei stets das Aussergewöhnliche und Extravagante. Der Garant dafür: Patric Simmen, der 39-jährige Gründer und Chairman des Unternehmens. Ein Mann mit einer Doppelbegabung: Simmen hat eine «sichere Hand» sowohl für Entwurf und Kreation von hochkarätiger Architektur als auch für die strategische Entwicklung von Unternehmen.

*Herr Simmen, ab Mitte Juli ist die SimmenGroup in St. Moritz mit einer neuen Niederlassung vertreten. Wird es Ihnen am Stammsitz in Schindellegi zu eng?*

(lacht) Das nicht – wie Sie sehen, haben wir hier viel Platz im Sihlpark. Das Ramada Hotel, in dem wir seit dem vergangenen Jahr unseren Firmensitz haben, ist übrigens ein Projekt der SimmenGroup. Doch zurück zu St. Moritz: In der Tat, wir wollen weiter wachsen und da bietet sich eine Filiale an einem weltberühmten Skort an. Schon allein wegen der dort vertretenen Klientel.

*Heisst das, Sie werden vermehrt luxuriöse Feriendomizile in den Alpen bauen?*

Klar – das streben wir an. Doch der Standort dort macht auch aus einer anderen Perspektive Sinn. Wer in den Ber-

gen seinen Zweitwohnsitz baut, kommt vielleicht auch auf die Idee, seinen Hauptwohnsitz um- oder neu zu bauen und uns damit zu beauftragen. Von der Niederlassung in St. Moritz versprechen wir uns eine gute PR für die weitere Expansion; wir erreichen dort unsere Zielgruppe.

*In St. Moritz ist ein internationales Publikum anzutreffen. Bedeutet das, dass Sie künftig auch im Ausland bauen werden?*

Ja.

*Gibt es schon Aufträge?*

Unter anderem prüfen wir derzeit in Russland Projekte, genauer gesagt in Vanino und in Khabarovsk sowie in Prag als auch in Monaco.

*Für wen sollen Sie dort bauen?*

In Russland für Alexander Lebikhov, einem Grossindustriellen. Lebikhov ist einer der grössten Waldbesitzer und Holzproduzenten in Russland.

*Wie kam es zu dem Auftrag?*

Herr Lebikhov hat sich im vergangenen Jahr in der Inner-schweiz nach einem Haus umgesehen. Nur eine Villa hat ihm wirklich gut gefallen und so hat er sich nach dem Architekten erkundigt – damit kam der Kontakt zustande.

*Nun sollen Sie Villen für Reiche in Ostrussland bauen und was noch?*

Lebikhov besitzt unter anderem ein 180 000 Quadratmeter grosses Areal in Khabarovsk. Dort sollen tatsächlich Villen und Wohnungen in Form eines Resorts entstehen – zum Verkauf – sowie Bürohäuser und nicht zuletzt auch Unterkünfte für die Mitarbeiter. ▶

BILDER: LINDA POLLARI (2)





Ein Mann und imposante Projekte: Patric Simmen greift nach Russland und ist auch bei den Schumacher Towers im Gespräch – für die Innenarchitektur.

*Das klingt nach einem Grossauftrag. Wie hoch ist das Projektvolumen?*

Schwierig zu sagen, da noch kein Vorprojekt besteht, doch geht es sicherlich um eine neunstellige Summe.

*Macht Ihnen ein so grosser Auftrag in Russland nicht Sorgen? Man hörte zuletzt nicht nur Gutes aus dem Osten...*

Nein, Sorgen habe ich nicht. Herr Lebikhov macht einen durch und durch seriösen Eindruck.

*Und was führt Sie nach Monaco?*

Wir stehen weiterhin in Verhandlungen mit Joachim Swensson, der die Schumacher Towers vermarktet.

*Schumacher Towers?*

Swensson plant sieben Luxustürme an sieben Formel-1-Strecken – in Anlehnung an die sieben Siege von «Schumi». Die SimmenGroup wurde angefragt, die Verantwortung für die Innenarchitektur zu übernehmen; die Verhandlungen laufen noch.

*So gelten Sie inzwischen schon in der internationalen Luxusklasse als «erste Adresse» in Sachen Architektur und Design?*

Sagen wir: Vielleicht sind wir auf dem Weg dazu. Wir wurden übrigens vor kurzem auch angefragt, die Hotels eines berühmten italienischen Modeschöpfers zu designen.

*Etwas Armani? Heisst das, es steht Armani drauf, wenn nicht Armani drin ist?*

(lacht) Nein, es ist nicht Armani; es ist ein anderer, doch den Namen kann ich noch nicht nennen.

*Wieso steht nicht Simmen drauf, wenn Simmen drin ist?*

Soweit sind wir als Marke nicht. Viele grosse internationale Projekte werden unter verschiedenen Gesichtspunkten konzipiert. Das Thema Branding spielt dabei eine entscheidende Rolle, und wir sehen uns dabei nur als ein Glied von vielen Gliedern einer Kette. Das Branding soll aus einer Weltmarke entstehen, und davon sind wir mit Simmen noch meilenweit entfernt.

*Und wie laufen die Geschäfte in der Schweiz?*

Hierzulande kommt im Luxussegment sicher kaum jemand um uns herum. Aktuell haben wir Projekte im Volumen zwischen 300 und 400 Millionen Franken in der Pipeline.

*In der Pipeline heisst, es wird noch verhandelt?*

Ja.

*Wie viele Projekte, über die Sie verhandeln, werden in der Regel realisiert?*

In 80 bis 90 Prozent der Fälle gibt es Verträge.

*Eine Auftragslage, von der viele Architekten nur träumen können. Wie erklären Sie sich den Erfolg Ihres Unternehmens?*

Im Prinzip ist das Erfolgsrezept simpel: Wir hören genau zu, was die Auftraggeber wünschen, fragen nach, wie Ihre Vorstellungen von dem, wie sie wohnen möchten, genau aussehen. Wir verstehen uns als Dienstleister – nicht als «Künstler». Schliesslich bauen wir für die Kunden und nicht für uns selbst. Dann bieten wir die gesamte Produktpalette rund um den Bau an – von der Planung über die Einrichtung bis hin zur Gartengestaltung: Alles.

*Daher das «Belong together» im Markenauftritt?*

Genau – das ist unser Credo. Erfolgreiches Planen und Bauen erfordert eine enge und reibungslose Zusammenarbeit auf allen Ebenen und die können wir durch die Zusammenarbeit der SimmenGroup und ihrer Tochterfirmen im gesamten Bauzyklus bieten. Wir bieten ein vielschichtiges Netzwerk. Zudem beraten wir, und zwar umfassend.

**«Wir bieten ein vielschichtiges Netzwerk, und wir beraten – umfassend.»**

*Das heisst konkret?*

Ein Sprichwort sagt: Man muss mindestens dreimal bauen, bis man richtig baut. Beim Bau eines Hauses gibt es viel zu bedenken – man muss frühzeitig Weichen stellen. Hier kann der Kunde von unseren Erfahrungen profitieren und beim ersten Mal bauen bereits alles richtig machen.

*Was kann man denn falsch machen?*

Der Bauherr bedenkt meistens nur seine jetzige Situation. Zum Beispiel: Sie haben ein Baby, das Baby muss ein Zimmer in der Nähe des eigenen Schlafzimmers haben. Das macht aktuell wohl Sinn, nur besteht der Bedarf dafür maximal drei bis vier Jahre – danach ist man froh, wenn das Kind weiter weg ist, damit es nicht alles mithören kann, was im Elternzimmer passiert. Diese Phase dauert dann vielleicht 15 Jahre und somit stellt sich die Frage, was nun wichtiger ist. Oder: Zum Zeitpunkt sind Herr und Frau Bauherr zwischen 35 und 40. Noch schnarcht der Mann ▶

nicht oder nur selten; doch in den meisten Fällen entwickelt sich das zum Bösen und es führt dazu, dass ein zweites Schlafzimmer für den Mann gefunden werden muss. Mit diesem Wissen kann man vorbeugen. Kurz: Es gibt 100 Details, die bedacht werden müssen und die ein Bauherr, der erstmals baut, nicht bedenkt.

Ein weiterer wichtiger Aspekt: Wir beraten unsere Kunden auch mit Blick auf die Wiederverkaufbarkeit ihres Hauses, für den Fall, dass sie sich irgendwann einmal wieder davon trennen wollten. Schliesslich sind nicht alle Milliardäre. Viele arbeiten für ihr Geld und müssen flexibel bleiben. Und wer will beim Weiterverkauf schon gern draufzahlen?

*Die SimmenGroup deckt, wie Sie sagen, die gesamte Wertschöpfungskette beim Bau eines Hauses ab: Planung, Innenarchitektur, Haustechnik, Gartengestaltung und, und, und – bis zum Handel mit Immobilien. Wie kamen Sie auf das Konzept?*

Es hat sich sozusagen «organisch» entwickelt, nach den Bedürfnissen der Kunden und nach Opportunitäten. Ästhetische und funktionelle Lösungen zu planen, ist eine Sache; diese Lösungen umzusetzen, dazu braucht es schon etwas mehr. Wir wollen Qualität, Zuverlässigkeit und Kreativität bieten, und das geht am besten mit «Inhouse»-Lösungen.

*Wie passt der Immobilienhandel dazu?*

Das ergab sich eher zufällig: Ein Kunde, für den die SimmenGroup ein neues Haus baute, wollte sein altes Domizil verkaufen und fragte nach einem Makler, den wir empfehlen könnten. Da hab' ich gedacht: Warum auf die Marge verzichten? Das können wir auch selbst machen.

*Ihr Unternehmen beschäftigt mehrere Dutzend Mitarbeiter. Greifen Sie noch selbst ab und zu zum Zeichenstift?*

Nicht mehr so häufig wie früher – ich koordiniere mehr und bringe kreative Ideen ein. Ich leite das Unternehmen und bin der Art Director der Firma.

*Letzte Frage: Wie es aussieht, sind Sie ein vielbeschäftigter Mann. Das tönt nach viel Stress?*

Von Stress möchte ich nicht sprechen: Ich habe nie Stress – nur viel Arbeit. ■

## PORTRÄT

# Patric Simmen

**(bw)** Der Zürcher wurde am 6. September 1971 geboren (Sternzeichen: Jungfrau). Er wohnt dort, wo auch sein Unternehmen seine Basis hat, in Schindellegi. Seine Karriere führte vom Hochbauzeichner zum Gruppengründer und -chef: 1988-1992 Ausbildung zum Hochbauzeichner, anschliessend Wechsel zur Informatikabteilung der UBS; 1999 Gründung der Simmen Kiefer Architektur GmbH (heute Primehome AG), seit 2008 Mitinhaber und CEO der SimmenGroup Holding AG.

Patric Simmen ist verheiratet und hat drei Kleinkinder (3 Jungs) und ein Sohn aus erster Ehe.

Patric Simmen hat eine «sichere Hand», sowohl für die strategische Entwicklung von Unternehmen als auch für Entwurf und Kreation hochkarätiger Architektur. Die SimmenGroup, die in den Unternehmensbereichen Architektur, Immobilien, Innenarchitektur/Fachhandel, Bauleitung, Haustechnik, Totalunternehmung und Landschaftsarchitektur insgesamt über 60 Mitarbeitende beschäftigt, hat mehr als 50 perfekt choreographierte Villen rund um den Zürichsee gebaut, zu Stückpreisen zwischen drei bis weit über zehn Millionen Franken. Zur gut betuchten Klientel zählen Topmanager, Unternehmer, Prominente aus der Schweiz wie aus dem Ausland.

An Simmen «kommt keiner vorbei» heisst es; er selbst sieht sich weniger als Star, denn als Dienstleister: «Wer Erfolg haben will, muss einfach auf die Kunden hören. Wir bauen für unsere Kunden, nicht für uns.» Um Bauvorhaben von der ersten Idee bis zum letzten Einrichtungs- und Umgebungsgestaltungsdetail perfekt aufeinander abstimmen zu können, verfügt die SimmenGroup heute über eng verzahnte Geschäftsbereiche. Simmens Ziel: eine «lückenlose Wertschöpfungskette». Der überdurchschnittliche Dienstleistungscharakter und Innovationsgeist zahlen sich aus: Das derzeitige Auftragsvolumen beziffert sich auf mehr als 300 Millionen Franken. Und die Zeichen stehen auf Expansion: Ab 1. Juli ist die SimmenGroup mit einer neuen Niederlassung in St. Moritz vertreten.

[www.simmengroup.ch](http://www.simmengroup.ch)