

«ICH BIN
ZUHAUSE,
ABER WILL
NACH
HAUSE»

Erwin Olaf

ZÜRCHER BAHNHOFSTRASSE

2 - 2 1
AUFBRUCH IN EIN NEUES WOHNBEWUSSTSEIN



Kevin Hinder

Text: Larissa Groff
 Porträt: Denise Ackermann

EINE QUADROPHONIE MIT EINS IM NAMEN

Von der ehemaligen Wäscherei ist an der Seestrasse nicht mehr viel zu spüren. Nur der rote Schornstein erinnert an den alten Industriebau, das Gebäudeinnere hingegen spricht von moderner Eleganz. Und wenn man das Büro von Property One in der «Wöschli» betritt, riecht es nicht etwa nach Seife, sondern nach Aufbruch, Innovation und Fortschritt. Property ONE will die Erste sein - und das gleich in vier verschiedenen Bereichen. Im Gespräch mit Co-Founder Kevin Hinder erfahren wir, wie ihm das gelingt - und wieso es dafür von Vorteil ist, über die Zukunft im Ungewissen zu bleiben.

Herr Hinder, woher stammt der Name Property ONE?

Mit den Partnern hatten wir damals ein Barbecue veranstaltet, mit dem Ziel, einen Namen zu finden. Erfolglos. Und dann wachte ich mitten in der Nacht auf und wusste: Property One, das ist es. Mit dem «One» setzen wir unseren Benchmark zwar sehr hoch, aber ich finde, so mutig dürfen wir sein.

Sie wissen ja, was der Claim von AVIS war, als Stichelei gegenüber dem Marktleader Hertz: «We are number two, but we try harder.» Oder anders gefragt: Gibt es andere Branchen-Mitbewerber, die Ihnen auf den Fersen sind?

Am Anfang, als wir unsere Firma neu gegründet hatten, dachten wohl viele: Ach, da kommt jetzt noch ein Makler mehr dazu. Aber wir sind eben nicht einfach nur Makler, wir sind anders. Wir hatten schon immer vier verschiedene Geschäftsbereiche: Die Beratung beim Verkaufen und Vermieten, das Family Office, das Investment Management und die Planung und Ausführung der Projekte. Es gibt zwar auch heute einige Firmen, die in diese Richtung gehen, aber wir hatten das schon von Anfang an in unserer DNA.

Was macht Property One anders, wenn Sie Ihre Projekt- und Portfolio-Strategien entwickeln?

Wir sind stark im Value-Add-Segment tätig und das seit Tag eins. Da geht's auch um eine Neupositionierung: Entmieten, sanieren, optimieren. Das interessiert uns. Das Risiko ist bei diesen Objekten also etwas grösser, aber dafür ist die Rendite höher.

Was ist die Real Estate Factory?

Bei der Überlegung, was wir mit dem übrigen Platz unserer grosszügigen Büroflächen in der «Wöschli» machen sollten, war ich von meiner früheren Tätigkeit bei Vitra inspiriert: Dort konnten die Leute einfach ins Büro reinlaufen, sehen und miterleben,

was wir machten. Ich fand die Idee spannend, dass man kein Front- und Back-Office hat. Der Besucher sieht: Hier wird gezeichnet, da tüftelt der Bauleiter, dort wird investiert. Es ist sozusagen ein Erlebnisrundgang durch unsere Dienstleistungspalette. Im EG hatten wir noch Büroflächen übrig, um Präsentationen zu halten. Und so kamen wir also zum Namen Real Estate Factory. «Factory» im Sinne von «hier wird gearbeitet, es passiert nichts im Versteckten.» Und was mir an dieser Idee besonders gefällt: Der Austausch mit anderen Branchen, die hier ihre Präsentationen halten, um so von ihren Erfolgen und Misserfolgen zu lernen.

Li Edelkoort, die weltweit wohl berühmteste Trendforscherin, sagt voraus, dass die Menschen in den kommenden Jahren wieder viel mehr die Nähe zueinander suchen. Nähe, die auch Nestwärme verbreitet. Was glauben Sie, wird unseren Alltag nach der grossen Pandemie bestimmen?

Wir beobachten, dass in den letzten 18 Monaten der Pandemie die Kaufnachfrage extrem gestiegen ist. Ich weiss nicht, ob das mit Nestwärme zu tun hat, aber wir alle sehnen uns nach den eigenen vier Wänden. Wir sehen auch einen Trend, dass die Leute grosse Grundstücke auf dem Land suchen - weg von der Stadt. Die Leute wünschen sich mehr Zimmer, fürs Homeoffice, mehr Aussenraum und mehr Funktionalität. Aber ganz allgemein habe ich das Gefühl, dass wir nach der Pandemie wieder sehr schnell in alte Muster zurückfallen werden.

Wird es, wie von Rem Koolhaas vorhergesagt, bald eine Stadtfucht geben?

Das hängt sehr oft von der individuellen Lebensphase ab. Grundsätzlich wachsen die Städte immer noch - und viele Grossstädte haben wir ja in der Schweiz nicht. Die Nachfrage auf die wenigen, die wir haben, ist also nach wie vor sehr gross.



«Was mir persönlich besonders gefällt: Die Kombination von alt, der Vergangenheit, und von neu, der Gegenwart. Das hat einfach mehr Charakter»

Am Rennweg Zürich baut Property One die Altstadtimmobilie zur exklusiven Wohn- und Retailimmobilie um.





DIE FINANZIERUNGSRCHITECTEN

Im Februar 2021 wurde von Property One der ONE Real Estate Debt Fund lanciert. Damit denkt das Unternehmen die Anlagemöglichkeiten im Immobilien-Bereich neu: Man investiert nicht in die eigentliche Immobilie, sondern in deren Finanzierung. So bringt Property One ein Erfolgskonzept in die Schweiz, das in Europa und im angelsächsischen Raum bereits langjährig verankert ist. Weitere Informationen zum Anlageprofil unter: finance.propertyone.ch.

Property One Partners AG
Seestrasse 455, 8038 Zürich
044 487 20 40
www.propertyone.ch



fünf Jahren dürfen wir die Finanzierung von Gebäuden begleiten und in den folgenden fünf Jahren planen wir, selbst in Immobilien zu investieren, denn bisher haben wir immer für Investoren gearbeitet. Und jetzt wollen wir gemeinsam mit unserem Investoren-Netzwerk verschmelzen. Kurz: Wenn ich wissen würde, was im Jahr 2031 ist, wär's mir komplett langweilig. Ich will dynamisch bleiben.

Beim Projekt am Rennweg gab es laut Ihrem Buch viele Herausforderungen. Welche war die grösste und wie sind Sie ihr begegnet?

Aus meiner Sicht gab es zwei Herausforderungen bei diesem Projekt: Die eine war der Rennweg selbst. Für diesen Standort hatte es so viele unterschiedliche Interessengruppen und Behörden. Die alle unter einen Hut zu bringen, war nicht ganz einfach. Ein Beispiel: Denkmalschutz versus Baurecht und Feuerschutz. Bei so einfachen Dingen wie beim Lift gibt es schon Interessenkonflikte. Besondere Hochachtung habe ich vor unserer Bauleitung: Sie mussten das gesamte Haus auf Stelzen stellen, um es dann unten komplett auszuhehlen und anschliessend die Wände wieder aufzubauen.

Das Gebäude verfügte auch über viele schiefe Wände und Böden, die beim Umbau berücksichtigt werden mussten. Was denken Sie, liegt die Schönheit in der Imperfektion?

Schönheit ist für mich sehr subjektiv, so ein Altbau ist nicht jedermanns Sache. Was mir persönlich besonders gefällt: Die Kombination von alt, der Vergangenheit, und von neu, der Gegenwart. Das hat einfach mehr Charakter. Dazu gehören auch die Proportionen wie beispielsweise das Schräge. Teilweise mussten wir sogar die Möbel anpassen, weil es so schief war. Es wäre aber falsch gewesen, das Schräge zu korrigieren, denn das macht die Schönheit bei diesem Projekt aus.

«Die Geschichte des Gebäudes war überall spürbar» - ein weiteres Zitat aus Ihrem Buch. Wie spürt man die Geschichte eines Raums?

Das banalste Beispiel: Ursprünglich waren es zwei Häuser - ein schmales und ein sehr schmales. Und irgendwann früher waren die aber schon mal zusammengelegt worden. Das merkt man, wenn man sich durch die Räume bewegt - so würde man das heute nicht mehr planen. Aber auch an den Decken, die wieder zum Vorschein kamen oder an den Originalfarben, die wir wieder hervorkratzen mussten, da sie schon viermal übermalt worden waren.

Unter dem Begriff «Values» ist bei Ihnen auf der Website «Begeisterung» aufgeführt. Was begeistert Sie an Ihrem Beruf?

Viele zukünftigen Hausbesitzer stehen dem Bauen sehr negativ gegenüber, da sie schlechte Erfahrungen gemacht oder sich mit dem Architekten zerstritten haben. Schade. Wir versuchen, mit unserer Quadrophonie das zu vermeiden und umfassende Hilfe zu leisten, wo es nötig ist. Ich kann mit unseren Kunden direkt sprechen und dieser Austausch gefällt mir sehr. Es gibt Branchen, die viel weiter weg vom Kunden sind... Und ich habe immer gerne mit Themen und Produkten gearbeitet, die ich anfassen kann - und Immobilien gehören dazu. Meinem kleinen Sohn, der jetzt dreieinhalb Jahre alt ist, kann ich also ein Haus zeigen und ihm sagen: «Schau, dieses Haus, das haben wir gemacht.»

Weiter im Originaltext von Property ONE: «Unsere Planer und Gestalter erarbeiten mit viel Sensibilität und Sorgfalt ästhetische, praxistaugliche Lösungskonzepte und kosteneffizient». Arbeitet man im Team an einem ganzheitlichen Plan für die Gestaltung?

Vieles fängt an bei der Projektentwicklung. Zuerst kommt die Frage: Was machen wir mit dieser Immobilie? Dabei geht es nicht nur um Investment oder Rendite, sondern ganz einfach darum, was nachhaltig marktfähig ist. Dann steht das Brainstorming mit externen Architekten und intern im Team an. Mit 40 Mitarbeitern und insgesamt 17 Berufsprofilen kommen da einige kreative Inputs zusammen. Im Vordergrund steht natürlich immer der Kunde, seine Wünsche und Vorstellungen. Wenn wir jedoch merken, dass es in die falsche Richtung geht, halten wir schon die Hand auf.

Right to play ist eine globale Organisation, die Kinder durch spielbasierte Methoden schützt, bildet und fördert, damit sie die Folgen von Armut, Konflikten und Krankheiten überwinden können. Wie kam es zu diesem Sozial-Engagement?

Nachdem die Start-up-Phase vorüber war und unsere Firma finanziell auf sicheren Beinen stand, wollten wir auch etwas zurückgeben, und zwar an die Kinder. Ich habe mittlerweile selber zwei und in der Firma haben wir viele Mitarbeiter, die inzwischen Nachwuchs bekommen haben. Gleichzeitig konnten wir aber auch unser Netzwerk erweitern und so als Multiplikator wirken: Right to play sucht oft Lokalisationen für ihre Präsentationen und Veranstaltungen und da haben wir uns schon oft zur Verfügung gestellt. Und was uns an dieser Organisation besonders gefällt: Von einem Franken, der in der Schweiz gespendet wird, kommen 89 Rappen beim Kind an.

Wir schreiben das Jahr 2031. Sie waren erfolgreich, weil...?

Ich suggeriere noch nicht, dass der Erfolg in den nächsten zehn Jahren garantiert ist. Wenn man sich darauf verlässt, bleibt man stehen - und Stehenbleiben bedeutet Rückschritt. Aber ein Erfolgsgarant sind bestimmt die Dienstleistungen, die wir stetig ausbauen - und wir sind damit noch nicht fertig. Seit bereits