

«Das faszinierende Zauberding»

Die Unternehmerin Maura Wasescha vermietet und verkauft luxuriöse Ferienhäuser und -apartments zwischen St. Moritz und St-Tropez. Um diesen exklusiven Markt zu bearbeiten, ist sie fast permanent unterwegs. Ihren BlackBerry hat sie immer dabei.

VON EUGEN ALBISSER

Das Büro von Maura Wasescha liegt im Zentrum von St. Moritz und ist dennoch nicht leicht zu finden. Das Strassenschild Via Somplaz 15 deutet nur auf einen schmalen, unscheinbaren Zugang zu einem Treppenhaus. Dort angekommen, steht man indes plötzlich in einem grossen Raum, hell und modern ausgestattet. Wie an ihren anderen Standorten in Mailand, Zürich und dem Hauptsitz in Bern treten hier Kunden ein, die Diskretion wünschen: schwerreiche Wirtschaftskapitäne, Leute aus dem Showbusiness – Gutbetuchte eben. Bei der Immobilienmaklerin Wasescha und ihren sieben Mitarbeitern suchen sie Luxusferienwohnungen und -häuser oder wünschen die ihrigen zu vermieten oder gar zu verkaufen.

Die dynamische und gut gelaunte Chefin sitzt am Sitzungstisch. Neben sich ihren BlackBerry 8700. Sie tippt darauf und sagt: «Ohne dieses Gerät könnte ich mein Geschäft an den Nagel hängen.» Die 48-jährige Maura Wasescha muss es wissen. Sie ist seit 28 Jahren im Business und hat es von der untersten Stufe auf kennengelernt. Als frische Maturandin kam die gebürtige Italienerin aus dem



Wäre ohne ihren BlackBerry aufgeschmissen: Maura Wasescha.

Veltlin ins Engadin und begann als Putzfrau und Abwartin. Zu ihren Arbeitgeberern gehörte auch der Ferienhausvermittler Interhome, wo sie auf Firmengründer Bruno Franzen traf. Dieser erkannte Waseschas Potenzial im Umgang mit Kunden und spannte sie für die wichtige Filiale in St. Moritz ein. Sie blieb dort 15 Jahre und arbeitete sich bis in den Chefessel hoch. Dann passierte, was berufstätigen Frauen oft passiert: Sie

bekam Kinder und brach ihre so vielversprechende Laufbahn ab.

Doch die Babypause dauerte nicht lange. Beim Windelnwechseln läutete schon mal das Telefon – ehemalige Kunden, die sie gerne als Maklerin angeheuert hätten. Sie liess sich schliesslich erweichen, hatte aber ehrgeizige Pläne: «Ich wusste, dass ich voll dabei sein musste. Denn Kunden, die weit über 1000 Franken pro Tag für ein Ferienhaus

bezahlen, erwarten auch eine uneingeschränkte Aufmerksamkeit.»

Nur das Exklusivste sollte fortan gut genug sein. Maura Wasescha setzte sich zum Beispiel das Ziel, jedes eintreffende E-Mail innert 15 Minuten zu beantworten. Doch alleine kam sie schnell an den Anschlag. Ein Mitarbeiter musste her, der die Mailbox ständig im Auge behielt. Doch angesichts der E-Mail-Flut, die täglich einging, war die Hilfskraft rasch überfordert.

Die Rettung aus diesem Dilemma kam mit dem BlackBerry und seinem E-Mail-Push-Dienst. «Ich sah ein solches Zauberding bei einem meiner Kunden und war fasziniert», erinnert sich Wasescha. Die Maklerin erkannte in diesem Gerät aus dem kanadischen Haus Research in Motion (RIM) sofort ihr Büro der Zukunft. Sie kaufte gleich drei Stück. Seither gehört sie zum Kreis von weltweit sieben Millionen «Brombeeren»-Usern.

3000 Adressen im Handheld – vom Anwalt bis zum Piloten

Sie hat inzwischen rund 3000 Kontakte auf ihrem Handheld abgespeichert. Neben den Adressen der Kunden sind es die Koordinaten all jener, die sie von Fall zu Fall bezieht: von Anwälten über Babysitter, «Gault-Millau»-Köche, Gärtner, Putzfrauen bis hin zu Hubschrauberpiloten und Sprachlehrern. Ein einzigartiges Kapital, das sie nur deshalb einem mobilen Datenträger anvertrauen kann, weil das BlackBerry-System die Daten periodisch auf einen gesicherten Server abspiegelt. Hinzu kommt, dass die im Gerät gespeicherten Daten im Falle eines Verlustes aus der Ferne gelöscht wer-



«Abschalten ist nicht einfach»: Maklerin Wasescha zum Suchtpotenzial der ständigen Erreichbarkeit.

den können. Das garantiert, dass die Telefonnummern der oftmals prominenten Kunden nicht in falsche Hände geraten.

Das riesige Beziehungsnetz ist das eine Erfolgsgeheimnis von Maura Wasescha. Das andere ist das Tempo, mit dem sie auf Kundenwünsche reagiert. Ein Beispiel aus der jüngsten Vergangenheit: Ein italienischer Kunde, nennen wir ihn Giovanni S., war mit seiner Frau unterwegs zum

gemieteten Luxusferienhaus in St. Moritz, als er realisierte, dass er schon wieder den Hochzeitstag fast vergessen hatte! Giovanni S. lenkte das Auto an eine Tankstelle, um Zigaretten zu kaufen. Während seine Gattin im Auto wartete, ging er rasch in den Kiosk, holte dort sein Handy hervor und schrieb an seine Maklerin Wasescha: «Stellen Sie bitte schnellstens einen Champagner und ein Foulard in die Wohnung als

Überraschung für meine Frau.» Als das Paar dann im Ferienhaus ankam, standen eine Flasche Champagner und ein Blumenstrauß auf dem Beistelltischchen. Auch das Foulard fehlte nicht, natürlich exklusiv verpackt.

Solche Dienstleistungen schätzen die Reichen. Maura Wasescha wird deshalb in den einschlägigen Kreisen nicht einfach als Immobilienmaklerin wahrgenommen, sondern

als Vertrauensperson. Und das wiederum lässt ihr Geschäft wachsen. Sie betreut nun 160 Objekte zwischen St. Moritz und St-Tropez. Sie ist demzufolge auch viel unterwegs: Sie legt allein mit dem Auto 100 000 Kilometer zurück. Dazu kommen Dutzende von Flügen im Jahr.

«Es ist herrlich», schwärmt die Geschäftsfrau, «in Rom aus dem Flugzeug zu steigen und noch in der Ankunftshalle die wichtigsten Neuig-

keiten empfangen und gleich weiterarbeiten zu können.» Doch dann stutzt sie und betrachtet nachdenklich ihren Blackberry. Die ständige Empfangsbereitschaft habe auch ein gewisses Suchtpotenzial. «Abschalten», sagt sie, «ist nicht einfach.» Doch ihrer Familie zuliebe wird sie es tun. Zwei Wochen Ferien sind angesagt, die ersten seit Langem. «Ich werde meinen Blackberry zu Hause lassen», verspricht sie.