

von **Anette Kiefer**

19.12.2012, 10:51 Uhr

Der Inbegriff des Luxus: Ein eigener Concierge. Der Service geht meist weit über Hausmeisterdienste hinaus. Die Concierges nehmen Hausbewohnern auch Besorgungen ab und vermittelt ihnen vor allem ein Gefühl von Sicherheit.

Wann immer Hollywood-Komödien eine Metapher für beiläufigen und doch beeindruckenden Reichtum suchen, kommt er ins Spiel: der Doorman, im deutschen Sprachraum auch als Concierge bekannt. In der „Bourne Identität“ begrüßt die Concierge ihn mit Namen, in „Green Card“ residiert Andy MacDowell dank ihrer Heiratsschwindelei im Luxusapartment mit Gewächshaus - und natürlich einem Concierge. Doch was genau soll der eigentlich bieten?

Was auch immer die Kunden benötigen, auf Wunsch werden wir zum Reisebüro, zum Fitnesstrainer, Menüservice; wir kümmern uns um den Wellnessbereich, um Haushaltshilfen, die Blumenpflege und die Haustiere oder buchen Theaterkarten.“. Den wohlhabenden Kunden eine Rundum-Sorglos-Immobilie zu bieten - das ist das Hauptziel eines guten Concierge-Dienstes.

Ein Anbieter bezeichnet sich selbst als „Zeitvergolder“: Alles, wofür den Kunden die eigene Zeit zu wertvoll ist, darf an den Rundum-Dienstleister abgegeben werden. „Wir können den Tag für unsere Kunden nicht verlängern, aber wir können ihn verschönern“, sagt Maike von Thermann, Geschäftsführerin von der Concierge-Agentur Gamma & My, die sich nach einer Karriere in der Luxushotellerie als Anbieterin selbstständig machte. Manchmal werden Ressourcen gebündelt, um ein besonderes Angebot zu schaffen - wie in den Münchener Lenbach Gärten am Alten Botanischen Garten.

Zahl der Concierge in Deutschland steigt rasant

Hier verbindet ein unterirdischer Tunnel die Privatresidenzen mit dem exklusiven The Charles Hotel. Damit können die Bewohner auch sämtliche Dienstleistungen des Hotels nutzen: den Room-Service etwa, die Restaurants, Wellness-Oase, Butlerservice und den Reinigungsdienst. „Inzwischen ist ein Concierge fast Standard im Luxussektor“, sagt Hans Peter Koopmann von der Peach Property Group, die mit dem „Yoo Berlin“ eines der teuersten Neubauprojekte der Hauptstadt betreut. Wer sich vom Wettbewerb abheben wolle, müsse also Überdurchschnittliches bieten - ein schlichter 24-Stunden-Hausmeisterdienst reicht da nicht mehr aus.

Dabei war das Berufsbild des Concierge in Deutschland lange Zeit unbekannt oder zumindest ungewöhnlich. Noch 2008 warb ein Bauträger in München damit, dass sein neuestes Projekt als erstes der Stadt einen Concierge-Service anbiete. In Frankreich, Asien und den USA gehört der Concierge dagegen schon seit vielen Jahrzehnten zum gehobenen Wohnen unverrückbar dazu - der französische Berufsverband „Les Clefs d'Or“ („Die goldenen Schlüssel“) für Hotel-Concierges wurde bereits 1929 gegründet.

Dass die Zahl der deutschen Dienstleister in diesem Segment in den vergangenen Jahren schier explodiert ist, hat mehrere Ursachen, sagen Branchenbeobachter.

Einerseits hat sich die Mobilität der Kunden rasant gesteigert und damit auch die Notwendigkeit, an jedem Standort einen findigen Organisator zur Hand zu haben.

Türsteher de luxe

„Jemand, der sein ganzes Leben am gleichen Wohnort verbringt, braucht den klassischen Concierge-Service eigentlich nicht, sondern eher einen persönlichen Assistenten“, sagt ein Agentur-Mitarbeiter, der aus Diskretionsgründen nicht genannt werden möchte. „Auf offene Ohren treffen unsere Dienstleistungen dagegen bei Menschen, deren Familien seit Generationen in großem Wohlstand leben und die mit Dienstmädchen, Kinderfrauen und Chauffeuren aufgewachsen sind, die aber selbst ständig durch die Welt reisen und unabhängig von einem Dienstleister bleiben wollen.“

Der Trend zur Urbanisierung spielt dem neuen Dienstleistungssektor zusätzlich in die Hände. Denn zunehmend treibt es die wohlhabende Klientel in die Innenstädte der Metropolen, wo sie zwar zugunsten einer zentralen Lage auf die frei stehende Villa verzichten können, nicht aber auf den Versorgungsstandard, an den sie gewöhnt sind. „Ein Concierge-Service ergibt nur Sinn im Gemeinschaftseigentum, also für die Bewohner von Luxus-Eigentumswohnungen. Im Einfamilienhaus braucht man keinen Concierge“, sagt Hans Peter Koopmann. „Aber für die wachsende Käuferschicht, die sich inzwischen einen Wohnsitz in der Innenstadt sucht, hat der Zugriff auf schnelle Dienstleistungen einen hohen Wert.“

Denn innerhalb einer Luxus-Wohnanlage kann der Concierge ein Aspekt der besonderen Atmosphäre sein, die Architekten und Projektentwickler mit ihren Objekten schaffen wollen. Wer Club-Lounges, private Spa-Einrichtungen und die exklusiven Kaffeebars des Hauses benutzt, die nur Bewohnern und Gästen offenstehen, für den wird der Concierge zum Türsteher und Hüter der Luxuswelt.

© 2013 Handelsblatt GmbH - ein Unternehmen der [Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH & Co. KG](#)

Verlags-Services für Werbung: www.iqm.de ([Mediadaten](#)) | Verlags-Services für Content: [Content Sales Center](#) | [Sitemap](#) | [Archiv](#)

Realisierung und Hosting der Finanzmarktinformationen: [vwd Vereinigte Wirtschaftsdienste AG](#) | Verzögerung der Kursdaten: Deutsche Börse 15 Min., Nasdaq und NYSE 20 Min.