



# die sterne vom himmel

Er ist Beichtvater, Lifestyle-Experte oder Familienmanager in einer Person – und trägt einen einzigen Namen: Concierge

TEXT: ANDREAS TÖLKE ILLUSTRATION GIULIO IURISSEVIC


## ER IST EINER, DER SICH UM ALLES KÜMMERT. KARIM

Stadelmann hat es sich zur Aufgabe gemacht, anderen Leuten ein schönes Leben zu bereiten. Der 27-jährige Schweizer hat vor einem Jahr die Dependence der US-Firma Quintessentially im hiesigen Alpenland eröffnet – und liegt damit voll im Trend. „Kümmerer“ oder „Concierge“, wie man sie aus Luxushotels kennt, ziehen auch zunehmend in Privat-Häuser und -Leben ein.

Je mehr der engagierte Helfer in das Leben seiner Arbeitgeber integriert ist, desto anspruchsvoller werden die Jobs, die ein Concierge zu erledigen hat. „Für Madonna mussten wir innerhalb von 12 Stunden einen ganz bestimmten Kräutertee in London besorgen und ihn nach Dubai schaffen“, sagt Thea Grawood. Die

Britin arbeitet seit vier Jahren bei Quintessentially im Emirat am Golf und hat vorher für Prinz Charles Probleme und Problemchen aus dem Weg geräumt. Bei so viel Erfahrung bringt sie ein Tässchen Tee für eine Pop-Diva nicht aus der Ruhe.

Von der Teehauptstadt London aus wurde auch das Netzwerk von Quintessentially aufgebaut. Vor acht Jahren kamen die Gründer Aron Simpson und Ben Elliot auf die Idee des so genannten „externen Concierge Services“. Bis dato saßen die Haushaltshelfer in langen Mänteln mit Schulterpolstern und Kappe mit Lackschfer im Entree sündhaft teurer Park Avenue Appartements in New York oder tauchten in Blockbustern à la „Ein Concierge zum Verlieben“ mit Michael J. Fox auf. Dank Quintessentially ist der Service nicht mehr ortsgebunden: „Unsere Klienten haben eine Telefonnummer, die 24 Stunden direkt beantwortet wird“, sagt Karim Stadelmann. Am Tag ist sofort in der Schweiz Hilfe am Apparat, Nachts werden die Rufe zur Zentrale nach London weitergeleitet. ➤



Es ist ein Luxus für Besserverdienende, die trotzdem auf den Euro achten. Denn während bis in die 90er-Jahre ein Playboy wie Gunther Sachs mit Sekretär, Koch, Butler und Nanny reisen musste, erledigt das heute ein einziges globales Netzwerk, das die richtigen Leute immer und überall parat hat. Und mehr: „Wir organisieren Partys, wo immer unsere Kunden feiern wollen. Wir arrangieren Reisen, zu welchem Ziel auch immer, und haben vor Ort das Personal, das gewünscht wird.“ Dann steht auch gleich die Limousine am Flughafen, die richtige Suite ist reserviert, damit auch ein Kindermädchen untergebracht werden kann – und als Bonbon wird von Quintessentially eine Event-Liste zusammengestellt, die dem Geschmack des illustren Klientels Vergnügen bereitet. Reservierungen zur Gala der Oscar-Verleihung in Los Angeles, eine Ausstellungseröffnung im Metropolitan

Museum of Modern Art in New York, VIP-Tickets zur Formel 1 oder für die Haute-Couture-Show von Karl Lagerfeld – mit Büros in 28 Ländern liegen solche oft selbst für Stars unmöglichen Wünsche nicht mehr im Land der Träume. Sie werden mit einigen Telefonaten und vielen Mitarbeitern Realität.

„Lifestyle Management“ nennt Karim Stadelmann den Service von Quintessentially. In allen Dependancen von Genf bis Bangkok, von Johannesburg bis Los Angeles sitzen Insider, die Türen öffnen und Wünsche wahr machen: „Da haben wir mal für einen Gast eine komplette Tour durchorganisiert“, sagt Mitarbeiterin Thea Garwood. Voilà! Was sie möglich machen, erzählen die guten Geister des Netzwerks gerne. Namen der Kunden werden allerdings diplomatisch verschwiegen. „Es sind Leute aus der Wirtschaft, aus Politik, Schauspieler und Kreative aus allen Bereichen“, nur so viel lässt sich aus Karim Stadelmann entlocken. Die Anekdote mit Madonnas Teebeutel allerdings entschlüpfte Thea Garwood nur zufällig nach einem Dinner im Grosvenor House in Dubai.

Das oberste Gesetz der absoluten Diskretion gilt für alle, die eng mit den Reichen, Mächtigen und Schönen arbeiten. Egal ob es ein Concierge im Beisheim Center am Potsdamer Platz in Berlin ist, im Skylight in Frankfurt oder im Düsseldorfer Andreas Quartier. Hier gibt es ihn nämlich, den guten Geist, der den Gast an der Tür freundlich nach dem „Wohin?“ fragt, der den Gast in den besten Restaurants genauso bucht wie den Top-Floristen der Stadt, der wöchentlich die aufwendigen Bouquets in die Traumwohnungen liefert. Ein Concierge weiß mitunter sogar Rat, wenn der Sprössling einen internationalen Kindergarten braucht. „Es macht mir einfach Spaß, anderen Leuten das Leben zu verschönern“, sagt Karim Stadelmann.

Das ist eine Voraussetzung, um ein guter „Lifestyle Manager“ zu werden. Und sonst? „Ich habe mittlerweile fünf Mitarbeiter. Das sind Tourismuskaufräumer, Kunstgeschichtler und ein Marketing Fachmann.“ Innerhalb eines Jahres hat sich die Mannschaft um den smarten Schweizer mehr als verdoppelt. Es ist eine Wachstumsbranche, in der Flexibilität das Nonplusultra ist. Innerhalb kürzester Zeit hat der Geschäftsmann einen Welpen aus den Vereinigten Staaten in die Schweiz gebracht – eine Glanzleistung, die den Concierge nicht aus der Ruhe bringt. Ganz im Gegenteil, es ist ein Unternehmen mit täglichen Herausforderungen. Es ist ein Leben mit dem gewissen WOW. ■