

Bonainvest Holding AG, Solothurn

**MADE IN
SOLOTHURN**



Ein Dienstleister fürs Leben

Das Leben einfacher, angenehmer und sicherer machen – das ist das Ziel, das sich die Solothurner Bonainvest Holding AG mit ihrem Geschäftsbereich Bonacasa gesetzt hat. Dafür wandelt sie auf Pfaden, die zumindest in der Schweiz noch kaum beschritten werden. Zum Beispiel mit einem persönlichen Concierge-Dienst.

Man kennt es: Die Sitzung am späteren Nachmittag dauert länger als geplant, in der Kita wartet der Sohn oder die Tochter und will zum Sport gebracht werden. Der Partner oder die Partnerin ist verhindert. Was also tun?

Geht es nach den Verantwortlichen des Geschäftsbereichs Bonacasa der Solothurner Bonainvest Holding AG, wäre jetzt ein Anruf bei der persönlichen Bonacasa-Concierge ein sinnvoller Schritt. Diese übernimmt den Job, die Kurzfristigkeit ist kein Problem. «Flexibel und punktuell unterstützen, um dem Kunden ein einfacheres und sichereres Leben zu ermöglichen», so umschreibt Bonacasa-Leiter Hans Fischer das Angebot mit dem Namen «Easy Life».

«Living Services» heisst der Oberbegriff, unter dem die Dienstleistungen unterschiedlichster Art zusammengefasst sind, mit denen Anbieter wie Bonacasa um Kunden werben. Das Gottlieb Duttweiler Institute sieht in einer Studie diese «Living Services» als einen gesellschaftlichen Megatrend. Die Nachfrage dürfte künftig stark

steigen – auch, aber nicht nur wegen der Alterung der Bevölkerung. Davon will Bonacasa profitieren, das vor rund 20 Jahren von der Solothurner Bracher und Partner AG lanciert wurde, die heute zur Bonainvest Holding AG gehört. Zu Beginn bot man ein Konzept für den Bau von schwellenfreien Wohnbauten an. Vor rund zehn Jahren kam ein Sicherheitskonzept hinzu, welches auch eine Notrufzentrale beinhaltet, die rund um die Uhr erreichbar ist.

«Erfahrungsgemäss führen Mitarbeiterinnen den Concierge-Service am besten aus.»

Vor rund zwei Jahren erweiterte man das Angebot um «Easy Life». Es ist ein Rundum-sorglos-Paket in bislang sechs Deutschschweizer Kantonen. Damit nimmt die Anbieterin neben den Senioren eine neue Zielgruppe in den Fokus: Familien und Singles. Hemden bügeln? Tickets fürs Theater organisieren? – Ein Telefonanruf oder ein Kontakt via Handy oder Tablet genügt und die persönliche Concierge beauftragt einen externen Dienstleister. Für 45 Franken Grundpreis pro Monat kann man unter anderem auch den Support der Concierge eine Stunde lang in Anspruch nehmen. Darüber hinaus kostet jede Stunde 40 Franken, die eigentlichen Dienste, also etwa das Bügeln, kommen hinzu. Gut 500 «Easy Life»-Abonnements zählt Bonacasa bislang.

Nach wie vor machen Seniorinnen und Senioren die grösste Kundengruppe von Bonacasa aus. Aber der Geschäftskundenbereich wächst rasant. Zum Beispiel nehmen Firmen, die Mitarbeitende an ihre Schweizer Niederlassungen entsenden – die so genannten Expatriates –, die Dienste zunehmend in Anspruch. «In Ländern wie Grossbritannien oder Frankreich sind derartige Services bereits sehr stark etabliert. Die Mitarbeitenden sind daran gewöhnt und erwarten sie auch während Auslandeinsätzen», sagt Hans Fischer.

Bonacasa beschäftigt derzeit sechs Concierges, die sich um die Kunden in jeweils einer Region kümmern. So hat jeder Kunde stets die gleiche Ansprechperson. Weil zwischen Kunde und Concierge eine sehr persönliche Beziehung entsteht, kommt der Personalauswahl und -ausbildung grosse Bedeutung zu, sagt Hans Fischer. «Man braucht als Concierge viel Fingerspitzengefühl. Unsere Mitarbeiterinnen haben langjährige professionelle Erfahrung im Umgang mit Menschen, beispielsweise als Flight-Attendants.» Dass Fischer die weibliche Form wählt, ist kein Zufall: «Wir haben die Erfahrung gemacht, dass Mitarbeiterinnen den Concierge-Service am besten ausführen können.»

Auf der Liste der gefragtesten Dienstleistungen rangieren «Klassiker» wie Wohnung putzen, Wäsche waschen und Kinderbetreuung zuoberst. Aber auch aussergewöhnliche Wünsche werden erfüllt. «Alles ist grundsätzlich möglich, solange es legal ist», sagt Fischer.

Dienstleistungsangebote wie «Easy Life» gibt es in der Schweiz noch relativ selten und sie sind deshalb wenig bekannt. Viele können sich gar nicht vorstellen, was hinter dem Angebot steckt. Noch etwas macht das Etablieren im Markt zu einer Herausforderung: «Die hierzulande vor allem bei Älteren gelegentlich noch verbreitete Ansicht, dass es ein Zeichen von Schwäche ist, wenn man Hilfe in Anspruch nimmt, hält einige davon ab, Living Services in Anspruch zu nehmen», erklärt Hans Fischer.

Und auch das Zerrbild, das in Filmen oft vermittelt wird, trägt nicht unbedingt dazu bei, die Zurückhaltung abzubauen: Dort sind Concierge-Dienste vorwiegend in luxuriösen Wohnumgebungen angesiedelt. Hochpreisige Butler-Dienste und Ähnliches gibt es tatsächlich auch in der Schweiz. Bonacasa zielt hingegen auf ein breiteres Kundensegment, sagt Hans Fischer: «Wir wollen die Mittelschicht ansprechen.»

➔ www.bonacasa.ch