

In seiner Welt gibt es kein Nein

Luxushotellerie Der Concierge erfüllt in St. Moritz seinen Gästen jeden Wunsch. Er organisiert pinkfarbene Rolls-Royces oder Pfingstrosen im November. Manchmal holt er auch Paparazzi vom Dach.

Text: Martina Eggenberger
Fotos: Reto Martin

Cornelius Haug hat noch rasch einen Helikopter organisieren müssen. Er hängt das Telefon auf und macht sich eine Notiz in der Concierge-Bibel, dem dicken Terminkalender, der vor ihm am säuberlich aufgeräumten Arbeitsplatz liegt. Alltags im Kempinski Grand Hotel des Bains. Viele Gäste schauen sich die Engadiner Bergspitzen bevorzugt aus der Luft an. Einfach so, weil sie die finanziellen Mittel haben, oder auch, weil sie einmal Heli-Skiing ausprobieren wollen. In St. Moritz ist man schliesslich «Top of the World».

Anfang Dezember geht die Saison im Nobelwintersportort los. Es ist die Saison der Ski-WM 2017, die den Namen St. Moritz einmal mehr in die Welt hinaus tragen wird. Für die Marke St. Moritz sind Luxushotels wie das Kempinski von grosser Bedeutung. Tourismusdirektor Martin Berthod bezeichnet deren Klientel als viel- und weitgereisete Gästeschaft, welche Dienstleistungen und Angebote auf hohem Niveau erwartet. Von High Society, so sagt er, spreche man heute nicht mehr. Schliesslich ist es auch schon mehr als hundert Jahre her, dass Hotelpionier Johannes Badrutt die ersten britischen Gäste ins Engadin lockte und so dem alpinen Wintertourismus Geburtshilfe leistete. Andere reden von Krise und beklagen die Frankenstärke. Die Frequenzen in den Fünf-Sterne-Häusern im Oberengadin erweisen sich gemäss Berthod jedoch als äusserst stabil. Von der halben Million Logiernächte entfallen 30 Prozent auf die Luxusherbergen. Dennoch hätten erst die Grandhotels den Standort und den guten Ruf des Schweizerischen Gastgeberums international positioniert.

Cornelius Haug oder eben Herr Cornelius, wie er von den Gästen genannt wird, hat etwas von einem Zauberer. Wie er da in seiner schicken Uniform hinter dem Tresen steht, vor ihm das Concierge-Schild, auf Glanz poliert, und Wünsche erfüllt. Der 33-jährige beobachtet diskret, wie eine attraktive, hochgewachsene Blondine durch die schicke Lobby schlendert. «Dobryj djen», sagt er auf Russisch. Zumindest die

Begrüssungsfloskeln kann er in allen gängigen Sprachen. Sie sind wichtig, denn sie brechen das Eis zwischen dem Angestellten und dem Gast, sie sind ein Türöffner. Genau wie die Hündchen und Hunde, für die der Concierge immer ein Leckerli parat hat.

Ziel des Concierges ist, in kurzer Zeit eine Beziehung zum Gast aufzubauen. Guten Gästen gibt Cornelius Haug daher auch seine Handynummer. Er ist fast rund um die Uhr erreichbar. Sein Wecker klingelt um 5.30 Uhr, die Frühschicht beginnt eine Stunde später – und das, obwohl der junge Mann oft bis weit nach Mitternacht auf den Beinen ist.

Der Tag beginnt mit der Teambesprechung, der Concierge tauscht sich mit den Kofferträgern, Garagiers und Portiers aus. Er geht den Terminkalender durch, liest Tageszeitungen und checkt E-Mails. Zukünftige Gäste oder vielmehr deren persönliche Assistenten teilen dem Hotel so ihre Ansprüche mit. Der Morgen verläuft wegen der Abreisen oft hektisch. Der Concierge-Desk ist nicht nur eine Informations-, sondern auch eine Poststation. Besonders Gäste, die mehrere Wochen im Hotel residieren, lassen sich Briefe und Pakete nachsenden. Von Zalandro ist einer der grossen Kartons, die noch hinter dem Tresen liegen – auch eine Möglichkeit, sich im Nobelhotel neu einzukleiden.

Von St. Moritz Bad den Hang hoch Richtung Champfèr: Hier

«Eine gewisse Arroganz gehört zum Luxus.»

Cornelius Haug
Concierge im «Kempinski»

Ein guter Concierge gibt dem Gast immer recht. Eine Auszeichnung, die auch Vaudos Chef Peter Egli stolz macht. Für den Hoteldirektor ist die Stelle des Concierges eine Schlüsselposition. Der Concierge werde von den Gästen stark beansprucht, häufig nach lokalen Geheimtipps gefragt. «Eigentlich übernimmt er während des Aufenthalts des Gastes die Rolle eines persönlichen Assistenten.» Egli sieht es klar als Vorteil an, wenn ein Concierge einem Hotel über viele Jahre treu bleibt. Die Gäste müssten dann nicht jedes Mal wieder bei Null anfangen, ihre Vorlieben seien bereits bekannt. Das trage sicherlich etwas zur Bindung zum Hotel bei. Gefragt nach seinem Erfolgsrezept, nennt Marco Vaudo Bescheidenheit und Freude am Beruf. Ausserdem folgt der Italiener dem Leitsatz «der Gast hat immer recht».

Zwei Wörter kommen im Wortschatz des Wunschfüllers explizit nicht vor. «Nein» und «Probleme». «Für mich gibt es nur Herausforderungen», betont Vaudos jüngerer Kollege vom «Kempinski», der stets lächelt,

thront seit 1912 das «Suvretta House». Noch heute speist Mann im Grand Restaurant ausschliesslich im dunklen Anzug mit Krawatte. Charme, Tradition und Diskretion sind die Credos des Hauses. Das gefällt nicht nur der englischen Stammkundschaft. Auch Chef-Concierge Marco Vaudo fühlt sich wohl in diesem Ambiente. Vor zwanzig Jahren ist der heute 56-jährige erstmals nach St. Moritz gekommen. Der Italiener hat sich vom Chasseur, der die Gäste empfängt, zum Concierge hochgearbeitet. «Dass ich einmal hier stehen werde, wo ich jetzt bin, hätte ich nie gedacht.» Hinter Vaudos Desk, man glaubt es kaum, hängen wie vor 100 Jahren die Schlüssel zu den Zimmern und Suiten an der Wand. Während die meisten anderen Hotels auf Plastikkarten setzen, hält das Suvretta House an den Relikten fest. «Sie sind wichtig für uns, weil sie uns den Kontakt zum Gast garantieren», erklärt der Concierge, der weiss, wovon er spricht. Die «Bilanz» hat ihn unlängst zum «Concierge of the Year» gekürt.



Blick auf das Dorf St. Moritz und den berühmten Suvretta-Hang.



In der Concierge-Bibel stehen alle wichtigen Termine.



Concierge Marco Vaudo ist stolz, dass sein Hotel Suvretta House noch die klassischen Schlüssel verwendet.



Symbol von Les Clefs D'Or.

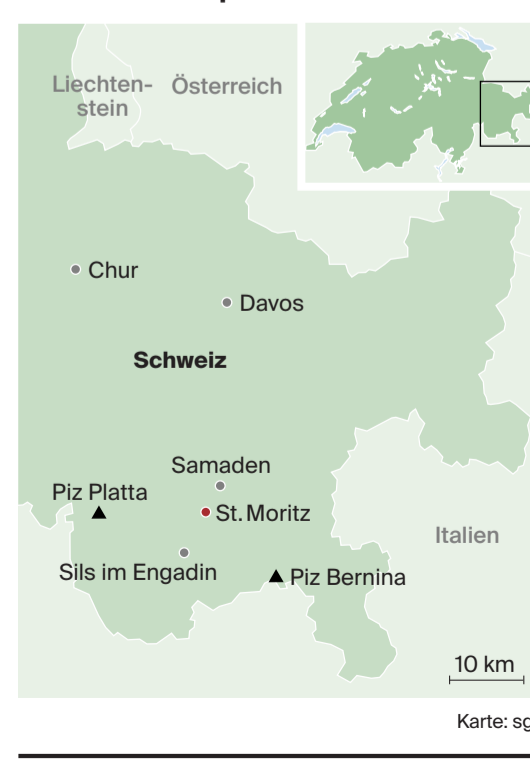
auch wenn ihm das Gegenüber nicht freundlich gesinnt ist. «Eine gewisse Arroganz gehört zum Luxus», meint Cornelius Haug dazu trocken. Er liebt seinen Beruf umso mehr, je kniffliger die Aufgaben sind, die ihm gestellt werden. Ein Gast habe zum Beispiel für die Dauer seines Aufenthalts einen pinkfarbenen Rolls Royce gewünscht. Also hat Herr Cornelius einen gemietet und entsprechend folieren lassen. Ein anderer Kunde wollte zum Frühstück einen ganz bestimmten Prosciutto Crudo. Der Concierge hat herumtelefoniert, die seltene Delikatesse in einem anderen Nobelhotel am Comersee aufzufinden gemacht und über Nacht abholen lassen. Ein anderes Mal musste Cornelius Haug im November Pfingstrosen organisieren. An der Blumenbörse in Amsterdam hat er welche gefunden und mit einem Vaudos jüngerer Kollege vom «Kempinski», der stets lächelt,

für ein Privatkonzert mit einem berühmten Sänger bestellt. Sonderwünsche wie diese kosten schnell einmal fünfstellte Beträge. Mit der Wimper zuckt deswegen keiner, der Concierge schon gar nicht. «Mich schockt nichts mehr.» Cornelius Haug hat für seine Gäste schon zusätzliche Waggons an den Glacier-Express hängen lassen, kann Nobel-Boutiquen mitten in der Nacht für Exklusiv-Shopping öffnen lassen und einen Tisch im ausgebuchten In-Restaurant organisieren. Er hat selbst Freude an schönen Dingen, daher fällt es ihm leicht, in Sachen Luxus-Artikel à jour zu sein. Erkennt sich mit Diamanten genauso aus wie mit Mode. «Am liebsten ist mir der Pelz», sagt er, lacht, und man weiss nicht genau, ob er es ernst meint. Der Pelz, der gehört in St. Moritz nach wie vor zur Kulisse.

Das russische Neujahr, das White Turf und die englischen Fe-

rien sind für den Concierge die Höhepunkte im Kalender. Die Ski-WM, die Mitte Februar stattfindet, ist zwar wichtig für die Destination, tangiert die Luxushotels jedoch vergleichsweise wenig. Aber natürlich: Sie können ihren Kunden exklusive VIP-Tickets offerieren. Bei den Beträgen, mit denen die Gäste um sich werfen, könnte man meinen, es falle ab und zu ein Batzen auf das Hotelpersonal ab. In der Tat schiebt gerade eine Dame diskret ein Couvert über den Concierge-Desk. Heutzutage sei das aber eher die Ausnahme als die Regel, heisst es im «Kempinski». Die Zeiten der grossen Trinkgelder seien längst vorbei. Der Concierge lebt mit den Schönen und Reichen und ist doch nicht Teil dieser Welt. In den zwei Monaten im Frühling und Herbst, wenn die Grandhotels geschlossen sind und die Verträge auslaufen, bezieht Cornelius Haug wie viele

St. Moritz – «Top of the World»



Karte: sgt

Berufskollegen Arbeitslosengeld. Der Concierge des «Kempinski» arbeitet seit dreizehn Jahren im Oberengadin. Für ihn ist St. Moritz der perfekte Ort. Er schätzt den Zwei-Saisons-Betrieb mit dem glamourösen Winter und dem sportlichen Sommer, die beeindruckende Natur und den Zusammenhalt, der unter den Berufskollegen vor Ort besteht. Rund zwanzig sind im Winter auf dem Platz. Man trifft sich monatlich, hat eine WhatsApp-Gruppe, geht gemeinsam ins Restaurant. Es kann durchaus sein, dass Haug einem Gast das Barbecue im «Palace» empfiehlt oder der Concierge vom Kulm seinem Kollegen vom «Kempinski» überzählige Eventtickets offeriert. Ein guter Concierge ist perfekt vernetzt und Mitglied bei der Berufsvereinigung Les Clefs D'Or. Auch Cornelius Haug trägt die goldenen Schlüssel, Symbol des internationalen Verbandes, am Revers seines Ja-

cketts. Das Zeichen muss man sich verdienen: Fünf Jahre Erfahrung, zwei Empfangungsschreiben, einen Fürsprecher und ein Probejahr benötigt, wer Zugang zum weltweiten Netzwerk erhalten will. Der junge Concierge, bereits Vize-Präsident der Schweizer Sektion, nutzt es intensiv. «Es vergeht kein Tag, an dem ich nicht mit den Kollegen in Genf oder anderswo korrespondiere.» Cornelius Haug kennt überall auf der Welt jemanden, ist für die Organisation allein im letzten Jahr nach Amerika, Japan, Russland und in vierzehn europäische Länder gereist. Weltweit hat Les Clefs D'Or mehr als 4000 Mitglieder.

Für Hillary mussten Scharfschützen her
Zum Beruf des Concierges gehört der Umgang mit Prominenten. Für VIP-Gäste gibt es eine spezielle Liste. Dort steht zum Bei-



An seinem Desk im «Kempinski» geht «Herr Cornelius» auf die Fragen eines Gastes ein.



Der Umgang mit Edelkarossen gehört für den Concierge zum Alltag.



Cornelius Haug bei der Teambesprechung mit Garagier und Portier.

spiel, wer einen separaten Eingang benutzen will oder für wen besondere Vorkehrungen getroffen werden müssen. Als Hillary Clinton kam, wurden Scharfschützen postiert. Im internationalen Vergleich geht es in St. Moritz jedoch diskret zu und her. «Das schätzen die Promis an der Schweiz ja gerade – dass sie hier in Ruhe gelassen werden», sagt Haug. Manchmal ist aber auch er von der Coolness eines VIP überrascht. «George Clooney fuhr mal ganz easy mit der Harley vor. Und Model Naomi Campbell, von der alle behaupten, sie sei zickig, war uns gegenüber äusserst nett.»

Marco Vaudo hat in seiner Karriere Henry Kissinger, Jassir Arafat und Helmut Kohl begrüsst, Letzteren sogar einmal aus dem Lift befreit. Er hat, als er im «Palace» arbeitete, Paparazzi vom Dach holen müssen und sich über Claudia Schiffer positiv ge-

wundert, weil sich das Model so herzlich um ihre Kinder gekümmert habe – nicht wie andere, die das der Nanny überlassen. Über-

«Ich habe Helmut Kohl aus dem Lift befreit.»

Marco Vaudo
Concierge im «Suvretta House»

haupte, die Kinder. Über diese könnte Marco Vaudo, der Familienmensch, Stunden reden. Schliesslich hat er selber fünf, die meisten mittlerweile erwachsen. Sie leben am Comersee, der Vater besucht sie an freien Tagen und in den Ferien. Die seien wohlgezogen – was er vom Nachwuchs seiner Gäste nicht immer behaupten könne.

In seltenen Fällen, so berichtet Cornelius Haug, überreiche ein Prominenter einem Concierge unaufgefordert eine Autogrammkarte. Er hat zum Beispiel eine von David Hasselhoff. Haug hat dem Schauspieler einmal eine exklusive Jacke in München organisiert. «The man who got the jaket», hat Baywatch-Mitch für ihn auf die Karte gekritzelt. Die hängt jetzt bei Cornelius Haug zuhause in der Wohnung. Nicht im mondänen St. Moritz, sondern im beschaulichen Thuis.