

Ihr Wissen und ihre Kontakte sind auch in Zeiten von Neuen Medien unverzichtbar: Das zeigte der Branchenkongress der Concierges, die sich zum Netzwerken in Berlin trafen.

PATRICIA BRÖHM

Das Netzwerk der Clefs d'Or hat Thomas Munko, Chef Concierge im Berliner Ritz-Carlton, schon oft aus der Klemme geholfen. So auch kürzlich, als ein Gast unbedingt einen bestimmten Signature-Baseballschuh von Kobe Bryant wollte, der in Deutschland ausverkauft war. Weil Munko wusste, dass die nächste Station der Gäste New York war, rief er eine Kollegin am Central Park an – die Schuhe erwarteten die Gäste dort im Hotel schon bei ihrer Anreise. Nur ein Beleg für die Überzeugung des 40-Jährigen: «Der menschliche Faktor ist in unserem Beruf auch in Zeiten von Internet und Social Media nicht zu ersetzen.»

Munko, gebürtiger Berliner und seit 13 Jahren als Concierge am Potsdamer Platz tätig, ist Präsident der Clefs d'Or Deutschland und hat seit November 2014 «im Nebenjob» den «64. U.I.C.H. Les Clefs d'Or Congress» organisiert, der vom 23. bis zum 28. März 2017 erstmalig in Berlin stattfand. Rund 650 Hotelportiers aus mehr als 60 Ländern reisten zu diesem Anlass in die deutsche Hauptstadt, um gemeinsam über die Ziele der Vereinigung zu diskutieren, Wissen auszutauschen und ein lebendiges Netzwerk aufzubauen, das länder- und kontinentübergreifend funktioniert.

Für den Kongress wurden 50 Busse gechartert, 25 Locations reserviert

Mit insgesamt 17 Kollegen aus ganz Deutschland hatte Munko ein fünftägiges Programm für die Kollegen aus aller Welt auf die Beine gestellt. Neben Fortbildungsmassnahmen und Vorträgen besuchten die Teilnehmer etwa den Mauerpark und die Gedenkstätte Sachsenhausen sowie eine Vielzahl von Restaurants, Bars und Clubs – insgesamt 50 Busse wurden dafür gechartert, 25 Locations reserviert. Zu den Hauptaufgaben von Munko und seinem Planungsteam gehörte es auch, Sponsoren zu finden, die den Kongress unterstützten. Insgesamt eine Million Euro betrug das Gesamtvolumen der Veranstaltung, zu den globalen Part-



Der Schlüssel zu seinem Erfolg: Der Concierge von heute ist mehr als der Grandseigneur mit Notizenbuch, er ist auch ein moderner Manager.

iStock

Kongress der Unentbehrlichen

nern zählten Unternehmen wie Lufthansa, American Express, SIXT, Etienne Aigner, die New York Times International Edition, aber auch viele lokale Unternehmen und Hotels trugen aktiv zum Gelingen der Unternehmung bei. Besonders froh war Munko, dass er mit dem Maritim Hotel an der Stauffenbergstrasse ein Haus als Partner gewinnen konnte, in dem alle 650 Delegierten Platz fanden: «Wir wollten unbedingt alle Kollegen unter einem Dach haben, so entstand eine ganz eigene Dynamik, und wir haben keine Zeit durch lästige Transfers verloren.» Zu den Reisekosten kam für den einzelnen Teilnehmer



«Viele Häuser anerkennen heute diese Treffen und unterstützen ihre Concierges.»

Thomas Munko
Präsident Clefs d'Or Deutschland

noch eine Registrierungsgebühr (1490 Euro inklusive Übernachtungen, Mahlzeiten und Transporte). «Mittlerweile erkennen viele Häuser die Bedeutung einer solchen Veranstaltung als Fortbildungsmassnahme für ihre Concierges und unterstützen die Teilnahme finanziell und zeitlich», freut sich Thomas Munko, der besonders stolz darauf ist, dass erstmals sogar eine eigene Kongress-App angeboten wurde.

Apropos Neue Medien – machen sie den Concierge nicht ein Stück weit überflüssig? Ganz und gar nicht, meint Munko, aber natürlich haben sie den Job verändert: «Früher war der Concierge

der Grandseigneur mit dem Cardex, heute sind wir moderne Manager. Zu unseren Tools zählen Apps, Bewertungsportale und Tablets am Concierge-Tresen, sodass sich die Gäste Angebote interaktiv ansehen können.»

Der direkte Kontakt von Mensch zu Mensch aber ist nicht zu ersetzen, gerade die Überfülle im Internet lässt das Bedürfnis nach persönlichen Empfehlungen bei vielen Gästen wachsen. Der Unterschied, so Munko: «Aufgrund des Internets fragen die Gäste heute viel gezielter. Sie kommen mit fünf Restaurantempfehlungen aus dem Internet an den Tresen und wollen von mir wissen, welches das Beste



«Concierges befinden sich zwischen High Tech und High Touch.»

Heather Jacobs
Senior VP HR, Four Seasons

ist.» Immer öfter muss der Concierge auch retten, was durch eigene Recherchen im Internet schief läuft. Zum Beispiel wenn Gäste im Netz einen Helikopterflug buchen, aber nicht beachten, dass der nur startet, wenn mindestens sechs Passagiere zusammenkommen. «Wir als Concierge müssen besser sein als das Internet», sagt Munko. Dazu gehört viel Eigeninitiative und konsequente Weiterbildung. Und natürlich ein erstklassiges Netzwerk: «Nur dank meiner Kontakte bekomme ich für meine Gäste auch in ausgebuchten Restaurants einen Tisch oder bringe sie auf die VIP-Liste eines angesagten Clubs – das bietet Ihnen keine Buchungsplattform.»

Die Rolle des Concierges in einer sich rapide verändernden Welt war auch das Thema der Keynote Speakers auf dem Kongress in Berlin. Chris Fradin, Vice Presi-

dent Europe bei Forbes Travel Guide, referierte über verändertes Reiseverhalten, Matthew Costin vom britischen Marktforschungsinstitut BDRG Continental sprach über die Serviceerwartungen heutiger Gäste, und Heather Jacobs, Senior Vice President Human Resources bei Four Seasons, diskutierte in einer «Educational Session» mit den Teilnehmern das sich verändernde Berufsbild des Concierges «zwischen High Tech und High Touch».

Four Seasons App wird von hauseigenen Concierges verwaltet

Bei Four Seasons bietet man jedem Gast mit bestätigter Reservierung schon im Vorfeld Zugang zur Four Seasons App. Diese enthält für jede Destination von den hauseigenen Concierges eigens zusammengestellte Empfehlungen – von der Kunstaussstellung, die gerade von sich reden macht, bis zur neuesten Szenebar. «Im zunehmend kompetitiven Luxussegment geht es darum, die Gästefahrung immer stärker zu personalisieren», sagt Jacobs. «Mehr denn je erwarten die Gäste massgeschneiderte Angebote – dabei spielen unsere Concierges eine tragende Rolle.»



Cornelius Haug

«Für 2020 ist ein Europakongress in der Schweiz geplant.»

Der Concierge im Kempinski Grand Hotel des Bains in St. Moritz ist Vizepräsident der Clefs d'Or Suisse.

Cornelius Haug, was haben Sie vom Kongress der Clefs d'Or in Berlin mit nach Hause genommen?

Ich besuche auf europäischer wie auf internationaler Ebene so viele Kongresse der Clefs d'Or wie möglich, weil die Kontakte, die man dort knüpft, unschätzbare Know-how bieten. Unsere Gäste sind internationaler denn je, sie sind heute bei uns in St. Moritz und morgen in New York oder Tokio. Und trotz Internet und Social Media: Das Networking ist für einen Concierge heute wichtiger denn je. Der 5-Sterne-Gast will nicht zehn Minuten googeln, er kommt lieber zum Concierge, den er als kompetenten Ansprechpartner schätzt.

Was sind die häufigsten Wünsche Ihrer Gäste?

Oft geht es um Klassisches wie Restaurantbuchungen, Limousinen-Service oder Hotelempfehlungen. Aktuell habe ich einen Gast, der nach Venedig weiter-

reist – für ihn buche ich einen Privatjet und organisiere mit den Kollegen schon sein Programm vor Ort. Ich telefoniere mehrmals pro Tag mit Clefs-d'Or-Kollegen in aller Welt, um Gästen weiterzuhelfen. Das klappt auch bei speziellen Anliegen: Als ein Gast Pfingstrosen im November wollte, konnte ich auch diesen Wunsch mit Hilfe eines Kollegen in Amsterdam erfüllen.

Sie haben einige Jahre in Zürich gearbeitet. Was schätzen Sie an der Arbeit in St. Moritz besonders?

Man ist hier ganz anders gefordert als in einem Stadthotel. Die Gäste bleiben länger und möchten zum Beispiel ein komplettes Programm für zwei Wochen erstellt bekommen. Zu vielen Gästen baut man eine enge Beziehung auf, sie rufen einen auch privat an, wenn sie eine Frage haben, man ist per Du. Auch das Kollegen-Netzwerk ist viel kompakter als in der Grossstadt. Wir haben

in St. Moritz eine sehr starke Sektion der Clefs d'Or mit 35 Mitgliedern. Wir treffen uns einmal pro Woche und telefonieren an manchen Tagen im Stundentakt, um für Gäste etwas zu organisieren.

Der letzte Kongress der Clefs d'Or auf Schweizer Boden fand 1970 in St. Moritz statt. Wie wäre es mit einer Neuauflage?

Das steht definitiv auf unserer Agenda! Allerdings spielt derzeit der Umrechnungskurs nicht zu unseren Gunsten. In Berlin hat man auch gesehen, dass es für eine ganz andere Stimmung sorgt, wenn alle Delegierten in einem Hotel untergebracht sind. In der Schweiz fehlen uns leider die Kapazitäten für einen internationalen Kongress, zu dem zwischen 600 und 900 Personen anreisen. Aber ein Europakongress mit 150 bis 300 Teilnehmern ist gut vorstellbar. Im Jahr 2020, spätestens aber 2022, möchten wir ihn in Genf oder Zürich ausrichten.

Clefs d'Or Die weltweite Organisation hat 4500 Mitglieder in über 45 Ländern

Gegründet wurde die Dach-Organisation 1929 von Pierre Quentin, damals Head Concierge des Hotels Ambassador in Paris, der gemeinsam mit etwa zehn Kollegen den Entschluss fasste, sich zusammenzutun und dadurch Wissen und Kontakte sinnvoll zu bündeln. Was in Frankreich begann, entwickelte sich im April 1952 und unter der Schirmherrschaft von Ferdinand Gillet (Chef Concierge im Hôtel Scribe in Paris) zur «Union Européenne des Portiers des Grands Hôtels (UEPGH)». Insgesamt neun Gründungsländer zählte die Organisation zu diesem Zeitpunkt, 1970 waren es bereits 16 Länder. Beim 20. Internationalen Kongress im Jahr 1972 wurde die

Vereinigung von einer rein europäischen in eine internationale Organisation umgewandelt und damit auch für Mitgliedsländer wie Kanada, Singapur, Brasilien und viele weitere geöffnet. Beim 42. Internationalen Kongress im Januar 1995 wurde die Organisation in «Union Internationale des Clefs d'Or», später in «Union Internationale des Concierges d'Hotels Les Clefs d'Or», umbenannt. 1952 wurden die Clefs d'Or Suisse gegründet, deren Präsident heute Marc Pierrain vom «Beau-Rivage in Genf» ist. Die weltweite Organisation zählt fast 4500 Mitglieder aus mehr als 45 Nationen.

lesclefsdor.ch, lesclefsdor.org