Oktober
2016

WOHNEN ARCHITEKTUR MEDIA MODERN ART MOBIL

€ 4,60

H.O.M.E.

Das Designmagazin zum Wohlfühlen

ALTE VILLA GANZ NEU

Ein Townhaus und ein Landsitz im Upgrade

ALLES AN SEINEM PLATZ

Garderoben & Küchensysteme

ALLES IN ORDNUNG!

BUTLER LIVING

SMART HOME: Vernetzte Lebensqualität

ROBOTER: Heimhilfe auf Knopfdruck

DER RICHTIGE TOUCH: Die grifflose Küche

SEKRETÄRE: Tisch mit Servicecharakter

CITYGUIDE Rom Insider-Tipps für die Ewige Stadt

NATURAL BORN CONCIERGE

Raffaele Sorrentino hat schon als Kind den Nachbarinnen die Tüten hochgetragen und sieht sich selbst als geborenen Dienstleister

Das Butler-Gen

Er ist einer der Besten seiner Zunft: Raffaele Sorrentino war jahrelang Chefconcierge im Berliner Hotel Adlon und führt seit 2009 seine eigene Concierge-Firma. In H.O.M.E. erklärt er, warum Roboter menschlichen Service nie ganz ersetzen können

TEXT DAVID BAUM **FOTOS** MARTIN MAI

Wenn man nicht gerade bei der Fürstin von Thurn und Taxis zum Dinner mit Kardinälen und Hochadel eingeladen ist und livrierte Diener in weißen Handschuhen servieren, kommt man kaum in den Genuss eines Butlers. Ist das etwa ein bedrohtes Kulturgut, das es zu retten gilt? Ich denke nicht, dass sich das reanimieren lässt – zumindest nicht außerhalb dieser geschützten Gebiete wie eines Schlosshaushalts. Erst vergangene Woche erhielt ich den Anruf eines Freundes, der als Butler arbeitet, allerdings bei einer neureichen Familie – er rief mir laut und deutlich zu: Hol mich hier raus! Menschen, die damit nicht aufgewachsen sind, können mit dem alten Konzept des Hauspersonals selten umgehen. Das entartet dann. Der moderne Butler ist mehr Personal Assistent. Der organisiert die Reisen, sorgt sich um kleinere private Geldangelegenheiten. Aber dass jemand im Cut hinter der Tür steht und darauf wartet, dass das Glöckchen klingelt, das ist nicht zeitgemäß.

Dennoch haben Sie waschechte Butler in Ihrer Agentur im Angebot? Das stimmt, wir haben noch drei, vier Butler im Einsatz, die man buchen kann. Das passiert aber meistens für einzelne Abende, wenn die Gastgeber beeindrucken wollen. Die Rolle des Butlers hat sich jedenfalls sehr verändert.

Dabei dachte man, dass Erfolgsserien wie „Downton Abbey" zu einer Renaissance des Butlers führen könnten ... Es gab das Interesse, aber danach wurde der Name eher missbraucht, etwa bei dem gescheiterten deutschen Start-up „GoButler". Ein richtiger Butler ist ein Lebenskonzept, dafür reicht kein Trend aus. Butler wie auch Concierge stehen für Service auf höchstem Niveau. Wenn Sie bei Karstadt reinkommen, dann gibt es da auch jemanden, der Concierge heißt, aber einem gerade mal sagen kann, wo es zum WC geht. Man hat diese ehrwürdigen Begriffe leider etwas vergewaltigt.

Sie sagen von sich selbst, Sie seien dazu geboren worden, „zu dienen". Bei den meisten Menschen löst diese Vorstellung Unbehagen aus, es klingt für sie nach Unterwürfigkeit und Aufgabe der Selbstbestimmung. Verstehen Sie das? Ich kann es schwer sagen, ich habe das in den Genen. Ich habe schon als Kind andauernd geholfen, habe Nachbarinnen für 100 Lire die Tüten hochgetragen. Ich finde nichts Schlimmes daran. In den meisten Ländern gibt es eine Art Kellnerstolz, gerade in Wien oder Paris. Es ist ein deutsches Phänomen, dass sich Dienstleister grundsätzlich degradiert vorkommen. Hinzu kommt, dass die Deutschen auch in der Rolle derer, die Dienstleistungen annehmen, oft seltsam verklemmt sind – und dann aber nicht einsehen, dass sie dafür bezahlen sollen.

Sie haben als Chefconcierge des Hotel Adlon begonnen, betrieben dann einen Butlerservice, nun haben Sie eine große Firma für Conciergeservice. Tatsächlich muss man in Berlin immer öfter an einem Doorman vorbei, wenn man jemanden zu Hause besucht ... In den USA ist das seit vielen Jahren üblich, in Deutschland mussten wir anfangs sehr viel erklären, was es bringt, weshalb man sich das leisten sollte. Die Annahme ist sehr zäh, wir müssen genau erläutern, was wir machen. Aber seit 2010 gibt es eine regelrechte Explosion, bei neuen Immobilien ist es bundesweit ab einem gewissen Niveau Standard, besonders in Berlin, Hamburg und Frankfurt.

Ihre Leistung ist hauptsächlich etwas für Luxusapartments? In erster Linie, ja, und es sind ja nicht die Endverbraucher, die uns engagieren, sondern es sind Leute,

die solche Immobilien bauen und planen und so ab 8.000 Euro pro Quadratmeter anbieten wollen. Unsere Leistung ist ein gewisser Mehrwert, der dem Standard des Gebäudes gerecht werden soll. Für Käufer aus Asien oder den USA ist ein Conciergeservice allerdings kein angenehmes Plus, sondern geradezu die Voraussetzung. Das hat natürlich auch mit Sicherheitsaspekten zu tun.

Klar, da ist immer jemand da und passt auf. Allerdings auch, wenn man selbst besoffen mit einer Nachtbekanntschaft am Arm nach Hause torkelt. Will das ein jeder haben? Damit mussten schon die alten Schlossbesitzer mit ihrem Personal leben. Das ist natürlich eine große Parallele von gestern und heute: Der gute Geist ist da, aber irgendwie auch nicht da. Es herrscht völlige Diskretion. Er sieht nur, was Sie wollen, dass er sieht. Deshalb ist bei uns auch immer die gleiche Mannschaft in einem Haus, es soll auch ein gewisses Vertrauen geben.

Es gibt ja das geflügelte Wort affektierter reicher Damen, dass gutes Personal heutzutage kaum zu finden sei. Wie ist das bei Ihnen, wo casten Sie Ihre Leute? Wir haben sogar eine Prämie bei den Mitarbeitern ausgelobt, die sie bekommen, wenn sie einen geeigneten Kollegen ins Team mitbringen. Wir tun sehr viel für unsere Mitarbeiter, deshalb haben wir eine minimale Fluktuation von vielleicht fünf Prozent. Ich spreche aber auch Hotelmitarbeiter an, die mir positiv auffallen. Sie müssen bedenken, so ein Empfangsmitarbeiter in einem Berliner Luxushotel arbeitet zwölf Stunden am Tag und auch am Wochenende, bekommt dafür 1.400 Euro brutto oder so etwas. Wir bezahlen für acht Stunden erheblich mehr. Und dann gibt es hier noch einmal eine besondere Schulung – zu unserer Philosophie, aber auch tatsächlich auf die individuellen Bewohner ausgerichtet. Bei uns weiß jeder Mitarbeiter, ob Herr Meier möchte, dass der Concierge aufsteht, wenn er reinkommt, und ob Frau Müller es schätzt, dass man ihr die Tür aufhält. Der Bewohner X will keinesfalls, dass beim Aufräumen seine Bilder abgestaubt werden, der Bewohner Y besteht darauf, dass die Henkel seiner Kaffeetassen alle nach links schauen.

»Das intelligente Haus wird sicher Lebensrealität, ist aber keine Konkurrenz für uns. Der menschliche Faktor ist elementar«

Klingt irre anstrengend. Natürlich, dafür sind wir aber da. Das meiste ist allerdings Technisches, das kann man lernen. Das Wichtigste ist, Mitarbeiter mit Empathie zu finden. Ohne das geht es nicht. Leider ist die junge Generation schon sehr anders. Wenn da jemand zum Bewerbungsgespräch kommt, merkt man eine seltsame Verplantheit. Wo sich jemand in fünf oder zehn Jahren sieht, das brauchen Sie die Leute nicht mehr zu fragen. Die wissen, wie viel sie für wie viel arbeiten möchten, und sonst erzählen sie einem, dass sie vegan leben und lieber nicht Auto fahren.

Wie bringen Sie Ihren Mitarbeitern bei, mit hochnäsigen oder unverschämten Kunden umzugehen? Man kann es sich ausmalen, auf welche Charaktere Sie mitunter treffen ... Da haben Sie recht, unser Geschäft ist kein einfaches. Ein bemerkenswertes Phänomen ist, dass Leute, die sich für mehrere Millionen Wohnungen kaufen, dann ewig herumdiskutieren, ob ein Hemd in der Reinigung wirklich 1,30 Euro kosten muss oder nicht um zehn Cent billiger zu haben wäre. Man muss am Ende etwas masochistisch veranlagt sein. Wir bleiben immer höflich, egal, was geschieht. Natürlich gibt es eine Grenze, auch eine hygienische. Ich musste schon manchem Kunden kündigen, weil die Toiletten einfach nicht begehbar waren.

Was sind denn die meistgefragten Dienstleistungen? In erster Linie die alltäglichen Erleichterungen – dass man nicht selbst zum Schuster laufen muss, dass die Post entgegengenommen wird, die Blumen gegossen werden und jemand die Katze füttert oder mit ihr zum Tierarzt geht. Manchmal sind es auch Tischreservierungen oder dass man Karten für ausverkaufte Opernabende oder Fußballturniere besorgt. Wenn Sie wissen wollen, ob jemand eine Prostituierte anfragt – das passiert seit der Erfindung des Internets nicht mehr.

Was halten Sie von den Concierge-Funktionen teurer Handys wie Vertu oder der Kreditkartenfirmen, die in den Nullerjahren einen Boom hatten? Haben sich die als eine etwas zu bunt geschmückte Kuh erwiesen? Das kann ich nicht sagen. Ich habe ein zweites Unternehmen, das John Paul heißt und genau in dem Bereich tätig ist. 140 Mitarbeiter weltweit bedienen die Concierge-Nachfrage von beispielsweise 250.000 Visa-Card-Black-Infinite-Inhabern. Oder für Lexus, da ist bei manchen Modellen unser Service für drei Monate inbegriffen, Mercedes hat das für die E-Klasse gerade eingeführt. Worin Sie vielleicht recht haben, ist, dass Firmen wie Vertu diesen Service unbedingt selbst machen wollten und daran scheiterten. Man braucht jahrelange Erfahrung und, wie gesagt, die richtigen Gene, um damit Erfolg zu haben.

ZUKUNFTSORIENTIERT

Digitale Hilfen für das Hauspersonal, Altersheime mit Top-Service – Raffaele Sorrentino blickt freudig nach vorn

Das intelligente, digital vernetzte Haus wird immer mehr Realität – wie gefährlich wird das für Ihr Geschäft? Das wird Lebensrealität, definitiv. Aber es wird insofern keine Konkurrenz, weil wir da selbst mitmischen. Wir entwickeln gerade eine App, die den Hausbesitzer mit dem Facility-Management und dem Concierge verknüpft, um etwa, bevor man ankommt, die Blumen neu arrangieren und die Heizung hochdrehen zu lassen. Das ist stark im Kommen.

Wird das menschliche Personal früher oder später verschwinden? Nein, keinesfalls. Der menschliche Faktor ist elementar. Die Technik wird die Arbeit der Mitarbeiter eher erleichtern und sie nicht ersetzen. Ich sehe das bei einer Mitarbeiterin, die als Gouvernante arbeitet. Dazu gehört auch, der Baronin beim Tee Gesellschaft zu leisten. Es braucht Persönlichkeiten. Wir betreuen ein Gebäude am Prenzlauer Berg, das heißt Paragon, da brauchen Sie einen Concierge, der durchtrainiert ist und Designerklamotten anhat. Ein anderes am Potsdamer Platz ist eher klassisch, da steht eine Dame in Uniform mit Conciergeschlüsseln am Revers. Und so ist alles auf die Bewohner ausgerichtet. Wir bieten kein Paket an, wir liefern maßgeschneidert.

Was wird denn dann das große Ding in der Zukunft des Service sein? Etwas, das weniger mit Digitalisierung und Hightech zu tun hat, als Sie denken. Es wird ganz schlicht um die Frage gehen, wie wir Menschen im Alter ein annehmliches Leben ermöglichen. Wir entwickeln auch einen eigenen Knopf, mit dem ältere Bewohner jederzeit den Concierge rufen können, der dann die entsprechende Betreuung organisiert. Wir verhandeln mit Pflegediensten Kooperationen aus, dazu gehört auch, dass sie bereit sind, mit Autos zu kommen, auf denen nicht groß Pflegedienst draufsteht.

Das heißt, Sie wollen die Phase des selbstbestimmten Lebens in der eigenen Wohnung im Alter erweitern? Die sehr erfolgreiche Tertianum AG macht das mit ihren Seniorenresidenzen auch. Da sind inzwischen coole Tim-Raue-Restaurants dabei, nur wenig deutet auf Altersheime hin. Wir schauen uns gerade an, was alles möglich ist. Natürlich kann man Hilfe und Betreuung bis zu einem gewissen Grad auch zu Hause ermöglichen.

Bleibt Ihr Service generell eine Sache für reiche Leute – oder wird es das auch für den Mittelstand geben? Gibt es längst. Wir haben Gebäude, da kostet der Quadratmeter 17.000 Euro, aber auch solche für 6.000 Euro. Die Leistungen sind da nicht wesentlich unterschiedlich. Es gibt drei Wohntürme in Marzahn, nicht das schickste Viertel in Berlin, aber auch da ist ein Concierge im Einsatz.

Wenn man über viele Jahre für Menschen arbeitet, kann da auch eine Freundschaft entstehen? Das sollte nicht passieren. Es ist oft so, dass einem jemand das Du-Wort anbietet, aber das lehne sogar ich höflich ab. Die Leute können einen gern mit Vornamen ansprechen, umgekehrt wird das nicht passieren. Ich bin gern Raffaele, aber Sie als Kunde bleiben immer Herr Soundso. H.

STECKBRIEF

Raffaele Sorrentino (Jahrgang 1963) stammt aus einer alteingesessenen neapolitanischen Schneiderfamilie. Früh entschied er sich, nicht im Familiengeschäft, sondern in der Hotellerie Karriere zu machen, arbeitete in der legendären Villa d'Este am Comer See mit 14 Jahren als Page, und nach Abendschule, Abitur und Sprachkursen folgten Engagements in Luxushotels in London, Paris, Spanien und den USA. Mit 26 Jahren wurde Sorrentino schließlich Chefconcierge, erst im Grand Hotel Continental in München und schließlich im Berliner Hotel Adlon. 2009 stieg er aus und gründete RAS – service at any time, eine Firma für Concierge- und Doorman-Service in Apartmenthäusern, mit der er das Service-Metier revolutionieren will.