

Lassen Sie uns über Luxus im Urlaub sprechen

Ein paar Hunderttausend Euro für einen Urlaub? Stephanie Elingshausen vermittelt auch in Krisenzeiten Reisen, die so viel kosten. Im Interview spricht sie über Bade-Butler für Babys, horrende Trinkgelder, Weltraumtourismus, Russen im Urlaub und darüber, was gute Luxushotels von schlechten unterscheidet.



Sie wohnt 100 Nächte pro Jahr im Hotel, lässt die Lieblingsweine ihrer Kunden von Frankreich in die Südsee einfliegen und organisiert Fahrten im historischen Luxuszug, die 300.000 Euro kosten. Einerseits. Andererseits hält sie Weltraumtourismus für Umweltverbrechen und findet Reisen mit dem Wohnmobil durch Afrika spannend. Stephanie Elingshausen, die mit ihrer Firma C&M Travel Design seit 1992 maßgeschneiderte Luxusreisen anbietet, kennt sich in der Welt und in der Welt des Luxuslebens aus wie kaum eine Zweite – und sie nimmt kein Blatt vor den Mund, wenn es um Übersättigung, Überfluss und gekaufte Hotel-Ranglisten geht.

WELT ONLINE: Frau Elingshausen, wer ist Ihr Lieblingskunde?

Stephanie Elingshausen: Eine sehr vermögende Brasilianerin, die zwischen Tokio und Zürich pendelt. Bei unserem ersten Telefonat sagte sie: „Mein Budget ist nicht limitiert. Das heißt, wenn ich Früchte auf mein Zimmer bestelle, möchte ich nicht die Hotelfrüchte bekommen, sondern die schmackhaftesten, die es im Umkreis von 100 Kilometern zu

kaufen gibt.“ Eine weitere Auflage lautete: „Buchen Sie für mich niemals ein Hotelzimmer ohne Bidet.“ Sie war ein dermaßen umsatzstarker Gast, dass ein New Yorker Luxushotel anbot, ihr ein Bidet in die Luxussuite einbauen zu lassen. Als ich sie nach einiger Zeit in Zürich besuchte, fragte ich sie nach der Nummer mit dem Bidet, weil mir das einfach keine Ruhe ließ. Ihre Antwort war: „Stephanie, it’s very easy, my husband is a two time lover.“ Es dauerte ein paar Sekunden, bis ich begriff, was sie meinte.

WELT ONLINE: Wer war Ihr schwierigster Kunde?

Elingshausen: Eine Hollywood-Größe, die mit den „Star Wars“-Filmen Hunderte Millionen Dollar verdient hat. Der Mann wollte sich Wien, Salzburg, München und Berlin anschauen und auf der Teststrecke von BMW einen Sportwagen bis ans Limit fahren. Die größte Kunst war es, seine drei pubertierenden Kinder zu managen, die sich untereinander nicht grün waren. Meine mitreisende Kollegin hat in zwei Wochen vier Kilo abgenommen und mit ihrem Handy 3000 Euro vertelefontiert. Das war das heikelste Troubleshooting in unserer 17-jährigen Firmengeschichte. Aber sie schaffte es, dass aus „We wanna go home immediately!“ ein „Germany is wonderful“ wurde.

WELT ONLINE: Was hat der Trip gekostet?

Elingshausen: 400.000 Euro.



WELT ONLINE: Was ist Ihre teuerste Offerte?

Elingshausen: Zum oberen Segment zählt ein privates Riesenanwesen in Kenia, das nur sechsmal im Jahr vermietet wird. Dem Gast stehen 300 Angestellte zur Verfügung, dazu zwei Flugzeuge und ein Helikopter. Wenn Sie beim Frühstück sagen, dass Sie heute eine Safari in der Massai Mara machen möchten, sind Sie eine

Stunde später in der Luft. Vor Ort werden Zelte für Sie aufgebaut, die so groß sind wie eine Dreizimmerwohnung. Der Spitzenkoch fliegt selbstverständlich mit. Wer das Anwesen mieten will, muss allerdings pro Woche 250.000 Dollar zahlen.

WELT ONLINE: Über welchen Ihrer Kunden schütteln Sie bis heute den Kopf?

Elingshausen: Ein englischer Schauspieler wollte unbedingt mit einem historischen Luxuszug von Zürich nach Hamburg fahren. Es war ein unglaublicher Aufwand, die erforderlichen Genehmigungen zu beschaffen. Als schließlich alles organisiert war, ist der Zug ohne den Kunden gefahren. Der hatte ein paar Stunden vor Abfahrt entschieden, doch lieber zu fliegen. Die entgangene Zugfahrt hat ihn mehr als 300.000 Euro gekostet. Ich glaube, man nennt das Starallüren.

WELT ONLINE: Bei welchen Kundenwünschen sagen Sie Nein?

Elingshausen: Wir organisieren keine Jagdreisen, weil mir das Abschießen von Tieren zuwider ist. Was wir auch ablehnen, ist alles Richtung Sextourismus.

Wer in St. Petersburg eine Prostituierte vorausbuchen will, ist bei uns falsch. Bei solchen Anfragen verweisen wir höflich auf den Hotelconcierge.

WELT ONLINE: An welchem Kundenwunsch sind Sie gescheitert?

Elingshausen: Ein Kunde wollte unbedingt auf die Südseeinsel Tokelau, aber trotz intensivster Recherchen konnten wir keine Unterbringung ausfindig machen. Als wir dem Kunden absagen wollten, erreichte uns das Fax eines Ministers: „Hotels gibt es auf Tokelau nicht, aber jeder Bewohner empfängt Ihren Gast gerne in seinem Haus.“



WELT ONLINE: Was ist in Ihrem Geschäft definitiv vorbei?

Elingshausen: Luxus, der steif oder pompös ist. Keiner will heute mehr einen livrierten Butler, der hüstelt, weil man zum Dinner Flipflops anzieht. Ausnahmen sind ehrwürdige Kulnummern wie das Hotel „Dorchester“ in London, wo einem ohne Krawatte der Einlass in die Bar verwehrt wird, oder „Skibo Castle“ in

Schottland, wo die Kleiderordnung bis zum High Tea „informal“ und danach eine „adult occasion“ ist. Was ebenfalls nicht mehr geht, ist, Kinder stiefmütterlich zu behandeln. Kluge Hoteliers wissen, dass heute kaum etwas so imagefördernd ist wie ein Kinderprogramm vom Feinsten.

WELT ONLINE: Was boomt derzeit?

Elingshausen: Öko-Luxus, denn die Leute wollen ihr Geld mit einem halbwegs guten Gewissen ausgeben. Keiner will auf den Malediven ein Rohr sehen, das eklige Abflüsse ins Meer leitet. Und wer eine Fünf-Sterne-Lodge in Afrika bucht, erwartet, dass das Unternehmen in den umliegenden Dörfern Schulen baut. Das ökologische Bewusstsein hat natürlich Grenzen: Niemand möchte eine 100 Prozent abbaubare Seife auf seinem Zimmer haben, die komisch riecht. Ein anderes großes Thema sind Sicherheit und Privatsphäre. Deshalb werden immer mehr Hotels mit separaten Villen gebaut. Dort ist man vor neugierigen Zaungästen geschützt, die einen mit ihrer Handykamera verfolgen.

WELT ONLINE: Das „Ritz“ in Paris, eines der ersten Luxushotels, warb 1898 mit der erstaunlichen Annehmlichkeit von Elektrizität, das „Adlon“ in Berlin mit fließend warmem Wasser. Später galten Föhn und Minibar als der letzte Schrei. Was ist heute das ultimative Luxusding?

Elingshausen: In einigen Hotels gibt es einen Bade-Butler für Babys und eine Kinder-Präsidentensuite, aber Luxus wird mittlerweile anders definiert. Es geht eher um außergewöhnliche Erlebnisse für die Sinne oder den Intellekt. Mit einem Häuptling auf Fidschi eine Dorfzeremonie zu feiern oder auf einem Markt in Tansania eine Kuh zu ersteigern: So etwas vergisst man sein Leben lang nicht.

WELT ONLINE: Welche Luxushotelkette halten Sie heute für die Nummer eins?

Elingshausen: Die letzte große Innovationsleistung stammt aus dem Jahr 1988. Damals eröffnete Adrian Zecha sein erstes Aman-Hotel. Er hat den Ich-habe-schon-alles-gesehen-Menschen gezeigt, dass Luxus auch in der Reduktion aufs Wesentliche bestehen kann, in der Befreiung von zu vielen Möglichkeiten. Wer möchte im Urlaub schon endlos lange Activity-Listen durcharbeiten? Und wer mag die abendlichen Unterhaltungsprogramme in Hotels wirklich? Heute liegt für mich Six Senses vorne, denn keiner zelebriert Barfußluxus entspannter. Wenn man in das Six-Senses-Hotel auf den Malediven eincheckt, werden einem von freundlichen Menschen erst mal die Schuhe abgenommen. Sie kommen in einen Beutel mit der Aufschrift: „No shoes, no news“.



WELT ONLINE: Was ist der typische Schwachpunkt bei Luxusreisen?

Elingshausen: Flughäfen. Sobald man seinen Sitz in der First Class verlässt, ist man ein Teil der Herde. Dann wird man genauso schnöde behandelt wie jemand, der sein Ticket für 19,90 Euro im Internet gekauft hat. Problematisch ist auch die Mietwagenzustellung zum Hotel. Wenn Sie in Südafrika ein Auto für Montagmorgen bestellen, kommt es mit achtzigprozentiger Sicherheit erst am Dienstagnachmittag.

WELT ONLINE: Wie prüfen Sie die Qualität von Hotelrestaurants?

Elingshausen: Ich bestelle einen Caesar's Salad und eine Crème brûlée. Wer das kann,

hat bei mir schon mal gute Karten. Den besten Caesar's Salad gibt es übrigens im „Amanpuri“ auf Phuket.

WELT ONLINE: Marktforscher wollen wissen, dass sich mit Weltraumtrips jährlich zehn Milliarden Dollar verdienen lassen. Liegt da die Zukunft Ihrer Branche?

Elingshausen: Wir werden diese Trips nicht anbieten. Der Ausflug ins All dauert höchstens fünf Minuten und kostet pro Person rund 200.000 Euro. Die Energie, die dabei verbraucht wird, grenzt an ein Umweltverbrechen.

WELT ONLINE: In den USA streichen Kellner und Hotelpagen rund 21 Milliarden Dollar Trinkgeld im Jahr ein. Geben Sie Trinkgeld?

Elingshausen: Ich habe eine Hotellerieausbildung hinter mir. Deshalb gebe ich großzügig Trinkgeld, wenn ich in einem Stadthotel mit dem Service zufrieden bin. Bei Urlaubshotels halte ich Trinkgelder während des Aufenthaltes für einen lästigen Zopf, der endlich abgeschnitten gehört. Es ist nervig, bei jeder Handreichung die Geldbörse zu zücken. Hinzu kommt, dass es gerade für Frauen sehr unangenehm ist, jemandem Geld zuzustecken. Moderne Hoteliers haben das erkannt und ihre Häuser zur trinkgeldfreien Zone erklärt. Wer das Personal am Ende belohnen möchte, gibt bei der Abreise einen Umschlag mit Trinkgeld ab. Dieses Verfahren ist gerechter, weil so auch die Mädels in der Wäscherei etwas abbekommen.

WELT ONLINE: Wie viel Trinkgeld geben Sie einem Bellboy?

Elingshausen: Zwei bis drei Euro pro Koffer, denn meine sind ziemlich schwer. Besonders in England gibt es versnobte Hotels, wo man sich selbst dann noch knauserig fühlt, wenn man vier Euro pro Koffer gibt. Ein ähnliches Phänomen gibt es in italienischen Grandhotels. Dort hat man oft das Gefühl, dass der Concierge sich vornehmer vorkommt als seine Gäste.

WELT ONLINE: Welche typischen Fehler machen Luxusreisende?

Elingshausen: Glauben Sie niemals Hotel-Ratings oder einer dieser Hot Lists. Freundlich formuliert, werden diese Auszeichnungen nach höchst subjektiven Kriterien vergeben. Man kann auch sagen: Sie werden oft gekauft. Die Selbstbeschreibungen von Hotels sind selbstverständlich mit höchster Vorsicht zu genießen. „Luxushotel inmitten eines Naturschutzgebietes“ heißt im Klartext oft, dass man in seiner Suite mit ungebetenen Krabbeltieren zu rechnen hat. Man sollte auch misstrauisch sein, wenn ein Hotel ohne genauere Beschreibung damit wirbt, einen Spa zu haben. Oft heißt das nur, dass zwei Massagekabinen vorhanden sind.

WELT ONLINE: Viele Luxusreisende beklagen, dass immer mehr Russen mit Türsteher-Visagen die Hotels bevölkern.

Elingshausen: Deswegen haben einige Hotels Länderquoten eingeführt. Grundsätzlich ist es immer schlecht fürs Ambiente, wenn eine Nationalität deutlich dominiert. Wenn die Russen im Januar Ferien haben, sollte man vielleicht einen Bogen um klassische

Edelskiorte wie Lech oder St. Moritz machen – es sei dann, man schaut gerne Catwalk-Naturen dabei zu, wie sie ihren Pelzmantel ausleben.

WELT ONLINE: Im Hotel „Schloss Velden“ am Wörthersee kostet es den Gast 22 Euro, ein Hemd waschen und bügeln zu lassen. Wie reagieren Sie auf solche Mondpreise?

Elingshausen: Da beginnt für mich ärgerlicher Nepp. So etwas ist heute ebenso wenig zeitgemäß, wie zwölf Euro für einen Fruchtsaft aus der Minibar zu verlangen. Ein vorzügliches Hotel erkennt man auch daran, dass das Mineralwasser auf dem Zimmer gratis ist.

WELT ONLINE: 33 Prozent der Deutschen wollen dieses Jahr keinen Urlaub machen. Wie stark trifft Sie die weltweite Rezession?

Elingshausen: Der Umsatzrückgang im Drei- bis Vier-Sterne-Bereich liegt bei 25 bis 30 Prozent. Nur die Ultra-Premium-Kunden reagieren bislang unbeeindruckt.

WELT ONLINE: Wie machen Sie Urlaub?

Elingshausen: Da ich wegen meines Berufs mehr als 100 Nächte im Jahr in Hotels wohne, mag ich im Urlaub weder Frühstücksbuffets noch Personal. Mein Feriengefühl setzt ein, wenn ich niemanden sehen muss, der mir fremd ist. Deshalb miete ich meist ein Ferienhaus mitten in einsamer Natur.

WELT ONLINE: Wo wollen Sie unbedingt noch hin?

Elingshausen: Ganz oben stehen bei mir die Galapagosinseln, Gorilla-Trecking in Uganda und Südseeinseln wie Tokelau, wo es keinen Tourismus gibt.



WELT ONLINE: Wo würde Ihre Hochzeitsreise hingehen?

Elingshausen: Nach Tansania. Zuerst würden mein Traummann und ich eine „wilde“ Zeltsafari machen, bei der die Zelte ad hoc dort aufgebaut werden, wo gerade die Migration der Tiere stattfindet. Danach ginge es in die „Sasakwa Lodge“ in den Singita Grumeti Reserves. Dort wird Ökoluxus auf höchstem Niveau geboten: Maximal 66 Gäste teilen sich zur Wildbeobachtung ein Gebiet so groß wie Schleswig-Holstein. Privater kann eine Safari nicht sein. Das nächste Ziel wäre die weltabgeschiedene Insel Lupita im fast 700 Kilometer langen Tanganyikasee. Der Abschluss wäre ein

Badeaufenthalt auf Mnemba, einer Insel mit einem Hotel vor der Küste von Sansibar: zehn schlichte Bungalows an einem Postkartenstrand, keine Schuhe, kein Make-up, kein Protokoll – dafür spektakuläres 3-D-Kino unter Wasser.

WELT ONLINE: Wie lauten Ihre fünf mythischsten Orte?

Elingshausen: Die Osterinsel bei Regen. Das Resort „Begawan Giri“ nördlich der balinesischen Künstlerstadt Ubud bei Nebel im ersten Morgenlicht. Sternegucken in der Salzpfanne Makgadikgadi in Botsuana. Ein Sprung in die versteckten Wasserfälle in den

Wäldern bei Hana auf der Hawaii-Insel Maui. Und ein nächtliches Bad in den heißen Quellen der Palmenoase auf der Ranch „El Questro“ in Nordaustralien.

WELT ONLINE: Ihre drei Lieblingszimmer?

Elingshausen: Die Villa Nummer 11 auf der Seychelleninsel North Island, The Hill Top Reserve im Six-Senses-Hideaway auf der thailändischen Insel Yao Noi und ein Zelt im „Little Mombo Camp“ im Okavangodelta in Botsuana.

WELT ONLINE: Eine letzte Frage noch: Was empfehlen Sie Leuten mit wenig Geld?

Elingshausen: Mit einem Camper quer durch Afrika zu fahren. Dafür braucht man nur einen Luxus, der allerdings höchst rar ist: viel Zeit.

Die Fragen stellte Sven Michaelsen