

Kosmopolitisch, aristokratisch und ein bisschen dandy – so präsentiert sich das neue Designhotel Sir Savigny in Berlin-Charlottenburg. Treugast und AHGZ haben sich für eine Nacht beim fiktiven Gastgeber Sir Savigny einquartiert.



## Hoteltest: Sir Savigny Berlin

**Erwartung:** Der Name Sir Savigny weckt Vorstellungen an einen herrschaftlichen Wohnsitz eines britischen Aristokraten aus dem 18./19. Jahrhundert – ein sehenswertes Gründerzeithaus mit großzügiger Auffahrt. Als Mitglied der Designhotels ist eine besondere, zum Gesamtkonzept passende Außenwirkung verpflichtend.

**Erfahrung:** Das neben dem gleichnamigen Savigny-Platz in der City-West gelegene Hotel sticht mit seiner grauen Fassade, den schwarzen Markisen und Fahnen unter den angrenzenden Gebäuden hervor. Der Hoteleingang ist aufgrund der Neonbeschriftung und des schwarzen Teppichs für Fußgänger leicht ausfindig zu machen. Gäste, die mit Pkw anreisen, müssen ein wenig mehr Aufmerksamkeit walten lassen, da der Eingang des Hotels über keine repräsentative Vorfahrt verfügt und sie zum gehetzten Kofferabladen an der Straße gezwungen werden. Parkplätze gibt es zirka fünf Gehminuten entfernt in einem Parkhaus.

Der Eingangsbereich des Hotels ist schlauchförmig und punktet mit offenen Ziegelwänden und einer kunstvollen Deckenbemalung. Ein Schild mit der Aufschrift „Rezeption“ kann der Tester partout nicht ausfindig machen und folgt intuitiv der Wegführung des Entrees, die ihn direkt in die Lobby des Hotels bringt. Hier offenbart sich ein stylicher Mix aus Bibliothek, Wohn- und Esszimmer, direkt angrenzend ist der Wintergarten mit Kamin sowie ein Hinterhof-Garten. Ebenfalls von der Lobby aus erreichbar sind das angrenzende Restaurant und über einen Aufzug die fünf Zimmeretagen des Hotels.

**Erreichter Wert:** 95 %

### DESIGN

**Erwartung:** Bereits ein Blick auf die Homepage lässt Großes erwarten: Ein Meisterwerk der israelischen Designer, die die Ambitionen eines urbanen Design-Hotels aufgreifen und mit der Eleganz der 20er-Jahre verbinden.

**Erfahrung:** Entgegen den Erwartungen des Testers präsentiert sich die Lobby sehr modern. In der Bibliothek gibt es viele Designelemente. Der angrenzende Wintergarten erinnert allerdings eher an die 60er-Jahre und lässt – ebenso

■ Fortsetzung auf Seite 2

**Newcomer:** Das Sir Savigny in der Berliner Kantstraße ist im Oktober 2016 an den Start gegangen

Foto: Hotel



ELEMIS

Verleiht Ihren Kunden ein einzigartiges, luxuriöses Spa-Gefühl

ADA Cosmetics Int. GmbH · Tel +49 7853 898 450 · [www.ada-cosmetics.com](http://www.ada-cosmetics.com)

ADA INTERNATIONAL



**Hingucker:** Die Malereien über dem Bett stammen von einer Berliner Künstlerin

**Mittelmaß:** Der Burger ist auf den Punkt gegrillt, schmeckt aber etwas fad

Fotos: Treugast

**Dafür gibt es Abzug:** Alte Kaffeeflecken auf der Bettwäsche

Fortsetzung von Seite 1

## Hoteltest: Sir Savigny Berlin

wie die Sommerterrasse – das erwartete 20er-Jahre-Flair etwas vermissen. Dies tut dem Design-Erlebnis aber keinen Abbruch. Einen großen Kontrast dazu bietet das benachbarte Gastro-Konzept The Butcher, das sich durch weiße Fliesen und Edelstahl-Interieur von dem restlichen, eher farbenfrohen Design absetzt.

Auf dem Zimmer werden die Erwartungen des Testers voll erfüllt: ein Retro-Wählscheibentelefon, messingfarbene Lichtschalter und Badarmaturen sowie ein als Minibar zweckentfremdeter Sekretär versetzen den Tester in die Zwanziger-Jahre. Weitere Designelemente: antike Teppiche, deckenhohe Spiegel und Kronleuchter im Art-déco-Stil sowie Malereien einer Berliner Künstlerin.

**Erreichter Wert:** 90 %

### MITARBEITER

**Erwartung:** Passend zum Gesamtkonzept erwartet der Tester einen professionellen, aber unkonventionellen Umgang auf Augenhöhe.

**Erfahrung:** Die Mitarbeiterin der Zimmerreservierung hinterlässt keinen positiven Eindruck. Auf die Frage, ob man einen Tisch im Restaurant reservieren könne, erhält der Tester nur eine spöttische Antwort, dass dies nicht möglich sei, es aber viele chinesische Restaurants in der Nähe gebe. Mit der Anreise wendet sich allerdings das Blatt: Beim Betreten der Lobby kommt dem Tester eine freudestrahlende Dame entgegen, die er aufgrund ihrer Kleidung nicht sofort als Mitarbeiterin identifiziert. Sie heißt den Tester auf Englisch willkommen, erkundigt sich nach seiner Anreise und bittet ihn, in der Lobby Platz zu nehmen. Spätestens jetzt ist klar, dass es sich um einen Check-in handelt.

Im Burgerrestaurant The Butcher fällt lediglich die Freundlichkeit der Mitarbeiter ins Gewicht. Trotz der vielen Mitarbeiter fehlt ein proaktiver Servicegedanke. Darüber hinaus wird der Tester im Restaurant und im Hotel anfangs auf Englisch angesprochen, was für Irritationen sorgt. Den Check-out macht schließlich wieder die Dame vom Vortag und glänzt erneut mit ihrem Charme. Lediglich bei der Adressierung einer Beschwerde hätte sich der Tester mehr Entgegenkommen gewünscht.

**Erreichter Wert:** 60 %

### ZIMMERAUSSTATTUNG

**Erwartung:** Dank der hochwertigen Online-Vermarktung sind die Erwartungen des Testers an das Zimmerdesign groß. Die Zimmer sollten aber auch mit Funktionalität glänzen.

**Erfahrung:** Das getestete Sir-Boutique-Zimmer ist rund 18 Quadratmeter groß und bietet einen Blick auf die vielbefahrene Kantstraße, die der Tester dank gutem Schallschutz jedoch nicht weiter wahrnimmt. Die Aufteilung des Zimmers ist klassisch und die Ausstattung überrascht mit vielen Details: So steht beispielsweise ein Retro-Bluetooth-Lautsprecher auf dem Nachttisch, den der Tester allerdings aufgrund funktionsuntüchtiger Steckdosen leider nicht testen kann. Darüber hinaus befinden sich in dem zur Minibar umfunktionierten Sekretär eine Kaffeemaschine und ein Wasserkocher sowie eine feine Auswahl alkoholischer Getränke. Für die stilvolle Zubereitung stehen außerdem ein Eiskühler und bleikristallene Gläsern bereit. Die Minibar punktet zudem mit einer exklusiven Auswahl an Snacks und Süßigkeiten sowie einem „Love Bag“ für Liebespärchen.

Ein kleines ledernes Büchlein weist den Gast in die Philosophie des Hotels ein – allerdings fehlen ein paar Seiten und die vorhandenen zieren Kaffeeflecken.

Das Kingsize-Bett mit fünf Kissen lädt zum Schlummern ein. Doch am Abend ist an ein schnelles Einschlafen nicht zu denken: Der Tester sucht verzweifelt nach einer funktionierenden Steckdose und einem Zentrallichtschalter am Bett. Am nächsten Morgen dann der nächste Schock: Auf der Bettdecke entdeckt er einen großen Kaffeefleck – ein absolutes No-Go!

Das Bad passt zum Stil des Zimmers, bietet genügend Ablagefläche, weiche Handtücher und hochwertige Pflegeprodukte der Marke Dead Clean. Auch die begehbare, geräumige Regenschauer-Dusche ist ein Genuss. Lediglich ein paar Wasserflecken fallen negativ ins Auge.

**Erreichter Wert:** 70 %

### ESSEN & TRINKEN

**Erwartung:** Der Tester erwartet ein schlankes, aber hochwertiges Gastronomiekonzept sowie ein der Kategorie entsprechendes Frühstück.

**Erfahrung:** Der Service des Burgerrestaurants wirkt etwas kühl. Obwohl der Tester der zweite Gast im Restaurant ist, muss er sich – trotz vier anwesender Mitarbeiter – nach einem Sitzplatz und der Karte erkundigen, die ihm dann wortlos überreicht wird. Das Menü ist übersichtlich. Der Fokus liegt auf Fleisch (Prime Aberdeen Angus), weshalb sich der Tester für einen Burger mit Süßkartoffelpommes entscheidet. Obgleich auf den Punkt gegrillt, kommt der Burger etwas fad daher. Dafür schmecken die Süßkartoffelpommes umso besser.

Beim Frühstück werden die Erwartungen weitestgehend getroffen: Zum Preis von 18 Euro gibt es in der Lobby ein internationales, aber übersichtliches Frühstücksbuffet, das vergleichbar ist mit anderen 4-Sterne-Häusern. Von einer separaten Frühstückskarte können Gäste diverse Ei-

erspeisen, Smoothies und Kaffeespezialitäten bestellen. Abzüge gibt es aber für die eingeschränkte Brot- und Brötchenauswahl sowie die fehlenden Handservietten am Frühstücksbuffet – insbesondere an der Brotstation ist das ein Muss! Auch zu einem Latte Macchiato gehört ein entsprechend langer Löffel, der erst mit der zweiten Bestellung serviert wurde.

**Erreichter Wert:** 80 %

### ZUSATZLEISTUNGEN

**Erwartung:** In einem Designhotel der gehobenen Kategorie sind Service-Leistungen wie kostenfreies W-Lan und eine hochwertige Kosmetikserie im Badezimmer meist Standard. Zudem sollte es außergewöhnliche Extras geben.

**Erfahrung:** Die erste Serviceleistung, die der Tester in Anspruch nimmt, ist das kostenfreie Internet, das tadellos funktioniert. Einen Fitness-/Spa-Bereich gibt es leider nicht, dafür zahlreiche Bücher in der Lobby, außerdem vom fiktiven Gastgeber Sir Savigny ausgewählten Lesestoff im Zimmer. Wer mag, kann sich für 12 Euro ein Fahrrad am Empfang ausleihen oder im nahe gelegenen Fitness First eine Tageskarte kaufen. Für kleinere Veranstaltungen stehen der Wintergarten mit Kamin und der Sommergarten zur Verfügung. Und über die goldene Sprechanlage im Zimmer kommt der Roomservice mit gewünschten Snacks und Drinks ins Zimmer. Alles in allem sind die Zusatzleistungen angemessen, wenngleich sich der Tester eine bessere Alternative für den fehlenden Fitness- und Spa-Bereich gewünscht hätte; zum Beispiel in Form einer Kooperation mit einem hotelnahen Studio.

**Erreichter Wert:** 90 %

### KOMMUNIKATION

**Erwartung:** Ein ambitioniertes Designhotel dieser Klasse sollte die Kommunikation auf allen Kanälen beherrschen – ob in den Sozialen Medien, auf der Homepage oder in Persona.

**Erfahrung:** Die Internetseite des Sir Savigny Hotels ist individuell, stylisch und sehr übersichtlich gestaltet und beeindruckt mit professionellem Bildmaterial. Darüber hinaus ist das Sir Savigny auf Instagram und Facebook mit regelmäßigen Beiträgen gut vertreten. Weitere hotelspezifische Informationen gibt es auch in Form eines ledernen Büchleins auf dem Zimmer, stilet mit Sir-Savigny-Prägung. Dieses Emblem findet sich auch auf der Zimmerkarte, der Rechnung, dem gebrandeten Lederkissen sowie dem Basecap und dem Bademantel wieder. Da hat sich die Marketingabteilung beim Thema Branding wirklich was einfallen lassen.

Die Gastgeber-Gast-Kommunikation entspricht nur teilweise den Ansprüchen an ein gehobenes Hotel. Mal geht es bei der Reservierung eher abweisend und beim Check-in sehr freundlich zu, mal auf Englisch, mal auf Deutsch und mal etwas lässiger wie im Restaurant. Zwar immer authentisch und grundsätzlich freundlich, aber eine durchgehende Linie wäre wünschenswert.

**Erreichter Wert:** 80 %

## Hoteltest

**AHGZ und Treugast** nehmen einmal im Monat ein Hotel unter die Lupe. Das Augenmerk liegt dabei auf den folgenden sieben Kriterien: Gebäude, Design, Mitarbeiter, Zimmerausstattung und -angebot, Essen und Trinken, Zusatzleistungen und Kommunikation. Bewertet wird beispielsweise, ob das Design den Anforderungen an das Produkt entspricht. Außerdem wichtig: Stehen die Mitarbeiter hinter dem Konzept? Wie ist der Service? Die Kriterien werden unter zwei entscheidenden Gesichtspunkten betrachtet: Erwartung und Erfahrung.

**Bei den Kriterien** werden die Erwartungen des Gastes an das Hotel mit der tatsächlichen Erfahrung vor Ort abgeglichen. Es entsteht somit ein komplettes Bild zwischen der Außendarstellung des Hotels und der tatsächlichen Leistung am Gast. Wieviel Prozent der möglichen Punktezahl das Hotel erzielt, steht hinter den Kriterien und zusammengefasst am Ende des Tests. Jedes Hotel erhält am Ende ein Rating. Das Rating reicht von AAALiga der Champions bis C Zurück auf Los.

**Dem Test** liegt der Treugast Mystery-Check zugrunde. Dieses Beratungsprodukt der Treugast bewertet außer allgemeinen Kriterien vor allem das Hotelkonzept. Die Besonderheit eines Konzepts kann so, losgelöst von der funktionalen Seite, betrachtet werden. Der Test hat zudem den Anspruch, überdrehte oder gute konzeptionelle Ideen zu beleuchten. Ein besonderer Service: Für die getesteten Häuser besteht die Möglichkeit einer Nachbesprechung mit den Testern.

## hotelier

Chefredakteur:  
Rolf Westermann (V.i.S.d.P.)  
Redaktion: Natascha Ziltz, Brit Glocke  
Graphik: Harald Maier, Kerstin Gugel  
E-Mail: ahgz@matthaes.de  
Internet: www.ahgz.de

## Gesamtergebnis: Performer (AA)

Gebäude	95 %
Design	90 %
Mitarbeiter	60 %
Zimmerausstattung	70 %
Essen & Trinken	80 %
Zusatzleistungen	90 %
Kommunikation	80 %
<b>Ergebnis</b>	<b>81 %</b>

**AAA** > 90% = Liga der Champions  
**AA** > 80% = Top-Performer  
**A** > 70% = Performer  
**BBB** > 60% = Hoffnungsträger  
**BB** > 50% = Fragezeichen  
**B** > 40% = Low-Performer  
**CCC** > 30% = Anfänger  
**CC** > 20% = Fragwürdig  
**C** > 10% = Zurück auf Los.

Alles in allem gelingt es dem **Sir Savigny**, die Coolness Berlins mit der Eleganz der 20er-Jahre zu verbinden. Hierzu trägt nicht nur das durchdachte Innendesign der israelischen Designer Alon Baranowitz, Irene Kronenberg und Saar Zafrir bei, sondern auch die allgegenwärtige Präsenz des fiktiven Gastgebers Sir Savigny sowie die Lässigkeit der Mitarbeiter.

An den Standards – insbesondere Kommunikation und Sauberkeit – sollte das Haus jedoch noch feilen. Die Kaffeeflecken auf der Bettdecke dürfen in einem Hotel dieser Klasse nicht passieren. Auch die Funktionalität der Technik gilt es zu überprüfen – es gibt nichts Nervigeres, als abends verzweifelt eine funktionierende Steckdose fürs Smartphone oder den zentralen Lichtschalter zu suchen.

Zudem sollte die Kommunikation zwischen Gast und Gastgeber stringent sein. Sind die Mitarbeiter heute freundlich, morgen reserviert, mal lässig, mal konservativ, können Gäste die Philosophie des Hotels nicht richtig erleben.