



Mag die Lässigkeit der amerikanischen Ostküste: Til Schweiger macht längst nicht mehr nur als Schauspieler von sich reden, sondern auch als Hotel-designer. Foto: Nikolaj Georgiew

Im Hoteltest: Das Barefoot Hotel

GEBÄUDE

Erwartung: Das mehr als 100 Jahre alte Haus wurde zuletzt im Stile eines für die Ostsee typischen Hotels aus den 90er-Jahren geführt. Nach aufwendiger Sanierung erwartet der Tester ein Haus im Stile alter Strandhäuser mit heller Fassade und einladenden Holzbalkonen.

Erfahrung: Das Hotel befindet sich rund 10 Gehminuten vom Hauptbahnhof entfernt am Rand des Kurparks. Mit seiner hellgrauen Fassade in Holzoptik und weißen Balkonen hebt sich das 57-Zimmer-Hotel aber positiv von seinem ansonsten unspektakulären Umfeld ab. Den Blick auf die Ostsee sucht der Tester jedoch vergebens, da das Haus rund 400 Meter von der Strandpromenade entfernt liegt und die Hotelbauten in erster Reihe die Sicht versperren. So richtig Urlaubsfeeling mag angesichts der Lage nicht aufkommen.

Mit dem Auto anreisende Gäste müssen zum Kofferabladen direkt an der Straße halten, da das Hotel über keine repräsentative Auffahrt verfügt. Der Hotelparkplatz befindet sich jedoch unweit des Eingangs und kann gegen eine Gebühr von 12 Euro genutzt werden. Leider sind die hotel-eigenen Parkplätze limitiert, sodass gerade zur

Das im Juni 2017 gestartete Barefoot Hotel in Timmendorfer Strand trägt die Handschrift von Schauspieler Til Schweiger und verspricht unkomplizierten Wohlfühlcharakter. AHGZ und Treugast wollten das auch erleben und haben sich das Haus genauer angeschaut.

Hochsaison auf einen nahe gelegenen öffentlichen Parkplatz ausgewichen werden muss. Die ansehnliche Veranda mit Holzschaukelstühlen, vorgelagertem Sand-Beet und Dünengras lädt zum Verweilen ein. Der Eingangsbereich vermittelt mit hellen Farben und umfangreichem Holzinterieur das versprochene „Wohlfühl-Ambiente“. In der Lobby kann der kompakte Rezeptionstresen, der fließend in Restaurant und Barbereich übergeht, nicht verfehlt werden und auch der Zugang zu den Zimmeretagen gestaltet sich durch den zentral gelegenen Treppenaufgang und Fahrstuhl unkompliziert.

Erreichter Wert: 85 %

DESIGN

Erwartung: Die Präsentation der Hotel-Webseite sowie die vielversprechenden Medienberichte wecken hohe Erwartungen an das Hotel, das „inspiriert vom unkomplizierten Lebens-

gefühl der amerikanischen Ostküste und der pazifischen Lässigkeit Malibus ein Ort der puren Erholung“ sein soll.

Erfahrung: Beim Blick in die Lobby wird das Hotel den Erwartungen durchaus gerecht: Das in warmen Naturtönen und mit viel Holz gestaltete Mobiliar erzeugt in Kombination mit dem warmen Licht von Glühbirnen im Vintage-Look eine Wohlfühl-Atmosphäre. Das Farb- und Einrichtungskonzept zieht sich durch das ganze Haus und wirkt mit vielen Details überaus harmonisch. Die Wände der öffentlichen Bereiche zieren darüber hinaus zahlreiche Bilder von Til Schweiger und seiner Familie. Während sich Fans darüber freuen mögen, Einblicke aus dem Privatleben des Filmstars zu erhaschen, mag dem einen oder anderen Gast die Allgegenwart von Til Schweiger ein wenig übertrieben sein. Im Buffetbereich des Restaurants hat der Gast durch eine breite Glasfront Einblick ins Küchengeschehen, was den Charme einer offenen Wohnküche vermittelt. Im hellen Wintergarten sitzt es sich sehr gemütlich und auch die Kamin-lounge, die sich hinter der Bar an Stelle des früheren Schwimmbeckens befindet, macht einen sehr behaglichen Eindruck auf den Tester. Direkt an die Lobby grenzt der ansprechend gestaltete Shop, in dem Barefoot-Living-Produkte verkauft werden.

Die Zimmer sind mit hochwertigen Materialien ausgestattet und fügen sich mit Details wie Drehschaltern, Wählscheibentelefonen oder Emaille-Badeimern sehr gut ins Gesamtkonzept ein. Die Marke Barefoot tritt dabei nur sehr dezent in Form des kleinen typischen Vogel-Piktogramms auf, das sich etwa auf den Wasser- und Duschhähnen oder den Guest Amenities wiederfindet. Der Tester empfindet die unaufdringliche Umsetzung des Designkonzepts als sehr angenehm und überaus gelungen.

Erreichter Wert: 95 %

MITARBEITER

Erwartung: Von den Mitarbeitern des Barefoot Hotels erwartet der Tester einen ungezwungenen und freundlichen Umgang, der den Stil des Hauses verkörpert. Ein kompetenter und professioneller Service sollte dabei aber nicht außer Acht gelassen werden.

Erfahrung: Die Mitarbeiterin, die nach langem Klingeln den Anruf des Testers entgegennimmt überzeugt durch charismatische Freundlichkeit, lässt jedoch die notwendige Professionalität vermissen. Dass dem Tester bei der Reservierung nur eine Zimmerkategorie offeriert wird, mag dem Umstand geschuldet sein, dass das Haus wohl nahezu ausgebucht ist. Jedoch wäre etwa das Angebot einer Reservierung im Restaurant wünschenswert gewesen.

Im weiteren Verlauf wird auch kaum auf den Anrufer eingegangen. Zudem muss er die Reservierungsbestätigung am nächsten Tag nachfordern, da sowohl Name als auch E-Mail-Adresse nicht korrekt aufgenommen wurden. So entsteht der Eindruck, dass das Personal es nicht so genau mit der Gast-Mitarbeiter-Kommunikation nimmt – hier sollte an den Standardprozessen gefeilt werden. In dem Schreiben wird zusätzlich darauf hingewiesen, man möge Wellness-Termine und Tischreservierungen aufgrund der hohen Nachfrage im Voraus buchen. Ein proaktiver Hinweis darauf während der Reservierung wäre daher nicht nur hilfreich, sondern insbesondere auch verkaufsfördernd gewesen.

Beim Check-in wird der Tester nach kurzer Wartezeit durch eine Mitarbeiterin im grauen Barefoot-T-Shirt freundlich begrüßt, die sich nach kurzen Erläuterungen zu den relevantesten Hotelinformationen auch nach einer Tischreservierung für das Restaurant erkundigt. Dass hierbei nur eine stark eingeschränkte Auswahl an Speisezeiten – 18 und 20 Uhr – zur Auswahl steht, mag zwar der Küchen- und Serviceplanung zugutekommen, entspricht aber nicht den Erwartungen des Testers an ein Ferienhotel.

Beim Abendessen im gut gefüllten Restaurant wird der Tester zügig an den reservierten Tisch geführt, muss aber einige Geduld aufbringen, bis die Bestellung vom Kellner aufgenommen wird.

Hoteltest

AHGZ und Treugast nehmen einmal im Monat ein Hotel unter die Lupe. Das Augenmerk liegt dabei auf den Kriterien Gebäude, Design, Mitarbeiter, Zimmerausstattung, Essen und Trinken, Zusatzleistungen und Kommunikation. Bewertet wird etwa, ob das Design den Anforderungen an das Produkt entspricht, ob die Mitarbeiter hinter dem Konzept stehen, wie ist der Service ist. Die Kriterien werden unter zwei Gesichtspunkten betrachtet: Erwartung und Erfahrung.

Bei den Kriterien werden die Erwartungen des Gastes 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 zusammengefasst am Ende des Tests. Jedes Hotel erhält ein Rating: Es reicht von AAA – Liga 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. Das Besondere eines Konzepts kann so, losgelöst von der funktionalen Seite, betrachtet werden. Besonderer Service: Für die getesteten Häuser besteht die Möglichkeit einer Nachbesprechung mit den Testern.

Anschließend werden Brot und Vorspeise prompt gereicht. Kaum, dass der Tester fertig gegessen hat, wird der Vorspeiseteller wortlos vom Tisch abgeräumt und nach einer kleinen Pause ohne Rückfrage die Hauptspeise serviert. Das erschwerte die Bestellung des dafür bereits ausgesuchten Weins, der zudem aus war, was die Kellnerin mit einer Weinkartenumstellung begründete. Verwunderlich nur: Kurz darauf wurde der ausgegangen geglaubte Cabernet am Nebentisch serviert. So etwas sollte nicht passieren und entspricht nicht der erwarteten Servicequalität.

Der Mitarbeiter beim Frühstück am nächsten Tag kann hingegen auf ganzer Linie überzeugen und bügelt mit seiner Aufmerksamkeit und authentisch-charmanten Art die insgesamt eher magere Serviceleistung des Vorabends noch etwas aus. Fazit: In puncto Servicequalität hat das Barefoot Hotel noch deutlich Luft nach oben.

Erreichter Wert: 55 %

ZIMMERAUSSTATTUNG

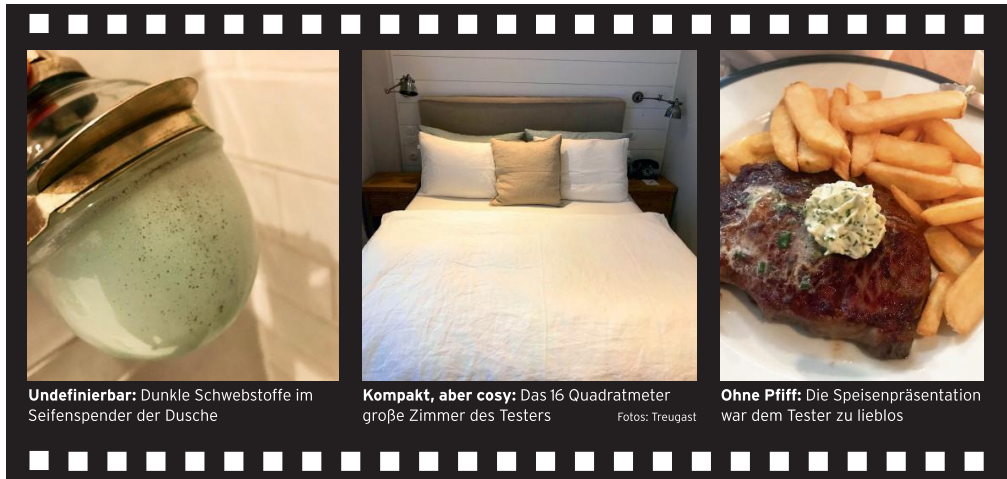
Erwartung: Was für das gesamte Haus gilt, sollte auch für die Ausstattung der Zimmer gelten: hochwertige Materialien, Funktionalität und Wohlfühl-Ambiente für den Ostsee-Urlauber.

Erfahrung: Auch im Zimmer wird das Hotelkonzept deutlich: Warme, freundliche Naturtöne und Holz dominieren. Augenfällig ist die weiche, in Knitteroptik gehaltene Leinenbettwäsche, die sich von der gewohnten Hotelbettwäsche abhebt. Die großen schweren Daunenkopfkissen sind für den Geschmack des Testers etwas zu klobig, ansonsten schläft es sich auf den Coco-Mat-Betten aber hervorragend.

Das Zimmer der kleinsten Kategorie „Pure“ ist mit rund 16 Quadratmetern sehr übersichtlich, was dem geneigten Ostsee-Urlauber für längere Aufenthalte durchaus ein gewisses ordnungstechnisches Faible abverlangt. Dies mag wohl der Architektur des historischen Baus geschuldet sein. Insgesamt stehen jedoch vier unterschiedliche Zimmerkategorien mit bis zu 75 Quadratmetern Größe und teils eigener Sauna zur Verfügung, die den unterschiedlichen Gästebedürfnissen gerecht werden dürften.

Erfreulich ist die Detailtreue der Zimmer (siehe Kriterium Design), die das Gesamtkonzept zur Geltung bringt. Einziger Wermutstropfen: Die Liebe fürs Detail geht teils auf Kosten der Funktionalität. So lässt sich das Hauptlicht am Generalschalter am Bett zwar aus-, aber leider nicht anschalten und im optisch raffinierten Seifenspender der Dusche setzen sich im Glasehnhältnis dunkle Schwebstoffe ab, die der Tester nicht zuordnen kann. Die Ablageflächen im Bad sind sehr spärlich dimensioniert. Fraglich ist auch, wie lange die Holzarmaturen um Spiegel und Waschbecken ihren derzeitigen Glanz bei täglichem Kontakt mit Putzmittel und Co. aufrechterhalten können. Da gilt es mit regelmäßiger Pflege und Instandhaltung entgegenzuwirken.

Technisch ist das Zimmer mit kostenfreiem W-Lan und Smart-TV, der auch ein Mirroring des Smartphones erlaubt, auf aktuellem Stand.



Undefinierbar: Dunkle Schwebstoffe im Seifenspender der Dusche

Kompakt, aber cosy: Das 16 Quadratmeter große Zimmer des Testers

Fotos: Treugast

Ohne Pfiff: Die Speisenpräsentation war dem Tester zu lieblos

Leider lässt sich das iPhone des Testers nicht mit dem TV koppeln – nach Aussage der Rezeption sei das System vorbereitet, aber noch nicht von der IT-Abteilung aktiviert.

Erreichter Wert: 75 %

ESSEN & TRINKEN

Erwartung: „Einfach natürlich, einfach bodenständig, einfach gut gemacht“ steht auf der Speisekarte des Barefoot Restaurants. Der Tester erwartet einfache, aber qualitativ hochwertige Gerichte mit regionalem Touch.

Erfahrung: Die Gerichte der Speisekarte entsprechen der Ankündigung: Vom Timmendorfer Pannfisch über Currywurst und Zucchini-Spaghetti bis zum Wiener Schnitzel legt die Küche den Fokus auf bodenständige Küche. Überdies wird eine Abendbrotkarte mit Brotauswahl und verschiedenen Beilagen angeboten. Die Preise – Vorspeisen ab 8,50 Euro, Hauptspeisen 12,50 bis 25,50 Euro, Desserts ab 5,50 Euro – sind erschwinglich. Das mag auch ein Grund für den hohen Zulauf externer Gäste sein, die die Tische zusätzlich füllen.

Die vom Tester gewählte tomatisierte Fischsuppe mit Ostseefisch und Garnelen ist geschmacklich überzeugend, ebenso wie das Entrecôte mit Steakhouse Fries und gemischtem Salat von der Tageskarte. Allerdings ist das Entrecôte etwas lieblos angerichtet. Mit einfachen Mitteln, wie dem geschmackvollen Anrichten separater Beilagen, wäre hier mehr herauszuholen gewesen.

Die Barkarte bietet ein gängiges Sortiment an Spirituosen, kann aber nur mit einer überschaubaren Auswahl an Cocktails und Longdrinks aufwarten. Hier könnte man ruhig noch etwas einfallsreicher sein, um den Bar-Umsatz anzukurbeln. Mit dem Moscow Mule, der mit Limetten-, Zitronen- und Ingwerstückchen serviert wird, ist der Tester indes zufrieden. Das Frühstücksbuffet am nächsten Morgen überzeugt durch Vielfalt und ansprechende Inszenierung. Außer

verschiedenen Lachs-Sorten, Aufstrichen und einer großen Saftauswahl gefallen insbesondere die mundgerecht vorportionierten Leckereien, wie Müsliriegel-Schnittchen oder Milchreis mit Kirschkompott. Auch dem Sonderwunsch nach frischen Spiegeleiern wird zügig entsprochen. Beim Tester kommt da echtes Sonntagsfrühstücks-Feeling auf!

Erreichter Wert: 85%

ZUSATZLEISTUNGEN

Erwartung: In einem Urlaubshotel dieser Kategorie sollte es neben einem Fitness- und Spa-Bereich weitere Serviceleistungen geben, die einen Mehrwert für den Gast generieren.

Erfahrung: Den überaus geräumigen und top ausgestatteten Fitnessraum finden die Gäste im ersten Stock des Hotels. Dort befindet sich auch der Zugang zu den Behandlungsräumen für Wellness-Anwendungen. Das Spa wiederum ist im Erdgeschoss gelegen und auch externen Gästen gegen eine Gebühr von 29,90 Euro zugänglich. Umso überraschter ist der Tester, dass das Spa lediglich eine finnische Sauna und einen Entspannungsbereich mit großen Korbsesseln bereithält. Zumindest eine Dampfsauna wäre noch wünschenswert gewesen. Tee und Wasser stehen auf einer kleinen Theke gratis bereit.

Den Bademantel zum Saunagang suchte der Tester auf seinem Zimmer vergebens und musste ihn gegen 75 Euro Pfand an der Rezeption ausleihen. Ebenfalls vergebens suchte er die für ein Hotel dieser Kategorie üblichen Aufmerksamkeit wie etwa eine Flasche Wasser zur Begrüßung oder Obst auf dem Zimmer. Da auf eine Minibar verzichtet wurde, war der Tester auf die Hotelbar angewiesen. Unter den gängigen Guest Amenities im Bad finden sich Zibenseife und Body Lotion aus der Barefoot-Living-Kollektion. Kostenpflichtige Leihfahr-

räder gibt es in Kooperation mit einem lokalen Anbieter in einem kleinen Häuschen vor dem Hotel. Alles in allem sind die Zusatzleistungen die das Barefoot Hotel bietet, überschaubar und ohne besondere Überraschungen.

Erreichter Wert: 65 %

KOMMUNIKATION

Erwartung: Ein Individualhotel ohne Markenanschluss und mit dem Promi-Bonus von Til Schweiger sollte eine reibungslose Kommunikation auf allen Kanälen beherrschen.

Erfahrung: Die direkte Gast-Mitarbeiter-Kommunikation hatte beim Reservierungsanruf einen schlechten Start (siehe Kriterium Mitarbeiter). Vor Ort ist die Kommunikation mit dem Gast dann durchweg freundlich, oft aber auch kurz angebunden und wenig proaktiv. Eine Kontaktaufnahme nach Abreise bleibt leider aus, wodurch das Hotel die Chance verpasst, kostbares Feedback zu erhalten und die Kundenbindung zu stärken.

Die Online-Kommunikation gelingt da besser. Die Homepage in Naturtönen und mit Bildern in dezemtem Vintage-Sepia lässt bereits auf das im Hotel vorherrschende Designkonzept schließen. Im Hotel selbst wird die Marke Barefoot durch ein unaufdringliches, aber kontinuierliches Branding gut kommuniziert. Auf dem Zimmer kann sich der Gast per Smart-TV über hotelrelevante Frage informieren – auf Print-Infomaterial wurde verzichtet, was dem Zeitgeist entspricht. In den sozialen Netzwerken ist das Barefoot Hotel auf Instagram und Facebook vertreten. Regelmäßig Content gepostet wird allerdings nur auf Facebook. Darüber hinaus wird die Marke Barefoot auch mit zahlreichen Produkten in Hotel und Shop gut in Szene gesetzt. Die direkte Kommunikation mit dem Gast bleibt dabei leider noch etwas auf der Strecke.

Erreichter Wert: 70 %

Gesamtergebnis: Performer (A)

Gebäude	95 %
Design	95 %
Mitarbeiter	55 %
Zimmerausstattung	75 %
Essen & Trinken	85 %
Zusatzleistungen	65 %
Kommunikation	70 %
Ergebnis	76 %

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.

Mit dem **Barefoot Hotel** in Timmendorfer Strand ist es den Machern Til Schweiger und Mirko Stemmler gelungen ein rundum schlüssiges Hotelkonzept umzusetzen, das durch sein Design eine angenehme Wohlfühl-Atmosphäre kreiert – bei Zimmerpreisen zwischen 90 bis 300 Euro.

Die Hardware des 57-Zimmer-Hauses unter Leitung von Direktorin Regina Held erfüllt die gestellten Anforderungen insgesamt sehr gut. Gleichwohl ist in puncto Servicequalität noch deutlich Luft nach oben, wenn es darum geht, den Gästen ein ganzheitlich zufriedenstellendes Aufenthaltserlebnis zu bieten. Vor allem die persönliche und individuelle gastorientierte Note hat dem Tester an vielen Stellen gefehlt. Mit gezielten und regelmäßigen Mitarbeiterschulungen lässt sich diese Beanstandung jedoch rasch korrigieren.

Nach Optimierung der Kritikpunkte, wird sich das Barefoot Hotel künftig auch in der Liga der Top-Performer wiederfinden.



Strandhausflair: Das Barefoot Hotel mit seinen Holzbalkonen

Foto: Nikolaj Georgijew