

# Harmonie statt Gigantomanie

Wellness-Hotels entwickeln sich zu ganzheitlichen Gesundheitszentren und Medical Spas. Und dies hat tief greifende infrastrukturelle und architektonische Konsequenzen zur Folge.

Von Dr. Franz Linser



Die mittlerweile zu Klassikern gewordenen Wellness-Anlagen der heimischen Hotellerie haben sich zunächst als relativ undifferenzierte Verwöhnanstalten manifestiert. Die Tatsache, dass man sich nach langen Jahren des Rackerns und Geldverdienens gelegentlich eine kleine Auszeit zu gönnen begann, erhöhte die Nachfrage mit einem Schlag so dramatisch, dass man auch mit relativ bescheidener Kreativität im Angebot sein Wellness-Geld verdie-

nen konnte. Der Verwöhnmarkt wurde ein Allerweltsmarkt, ein Jahrmarkt (pseudo-)authentisch anmutender heimischer Anwendungen ebenso wie ein Sammelsurium internationaler und exotisch angehauchter Behandlungs- und Heilverfahren, deren tatsächliche Wirkungsweisen nicht selten im Verborgenen blieben. Sich verwöhnen zu lassen und die böse, stressgeschwängerte Arbeitswelt für einige Tage wegzusperren, schien das Gebot der Stunde. Wenig verwunderlich, dass

der nach Ausgleich und wirklichen Problemlösungen suchende Gast in den boomenden Verwöhnangeboten der heimischen Wellnesshotellerie nicht das fand, wonach er eigentlich suchte. Doch das Blatt scheint sich zu wenden. Die reinen Pampering-Anstalten haben schon bessere Zeiten erlebt. Der reife

1

Gigantisch - der Blick vom Sonnen-Thermal-Panoramapool auf das Nebelhorn.

Spa-Tourist des beginnenden 21. Jahrhunderts fragt nach Wirkung und Sinn. Er fordert Nachhaltigkeit ein, und zwar sowohl für sich selbst als auch für die ihn umgebende Natur und Architektur. Das „Green Spa“ wird aufgrund sich rasch wandelnder Kundenbedürfnisse plötzlich zum kategorischen Imperativ internationaler Spa-Consultants. Der geänderten Nachfragestruktur im heimischen Spa-Markt in Richtung nachhaltiger gesundheitsfördernder Wirkung wird mit Labels Marke „Medical

im Übrigen auch für das Personal, den Therapeuten, den Arzt. Die Weißkittel mit erhobenem Zeigfinger und besserwisserischen Belehrungen scheitern in diesem Umfeld kläglich, während fürsorgliche Dienstleister mit fachlichem und menschlichem Tiefgang reüssieren.

Die tief in unser Unterbewusstsein eingravierte Polarität von Genuss versus Gesundheit, die wir nicht am selben Ort und im selben Raum für möglich hielten, scheint sich in den neuzeit-



Dr. Franz Linser ist Gründer und geschäftsführender Gesellschafter der Linser & Partner Consulting GmbH. Das Unternehmen hat sich auf die strategische Beratung gesundheitstouristischer Unternehmen und auf die Entwicklung hochwertiger Spa-Programme spezialisiert. Linser agiert seit vielen Jahren als Vordenker seiner Branche, Einladungen als Fachreferent führen ihn rund um den Globus, seine seriöse Kompetenz findet in der Fachwelt hohe Anerkennung.

Spa“, „Medical Wellness“, „Ganzheitlicher Gesundheit“ etc. Rechnung getragen. Richtlinien darüber, was ein Medical Spa denn nun genau sei, bzw. worüber es im Detail verfügen muss, gibt es derzeit allerdings noch nicht.

#### Wirkungsketten systematisch planen

Wesentlich für die Entwicklung künftiger Erfolgskonzepte im internationalen Spa-Business wird es sein, dass jene systematischen Wirkungsketten, nach denen der Gast mehr und mehr Ausschau hält, auch systematisch geplant werden müssen. Das wahllose „Nach und Nach“ und „Von-allem-ein-bisschen“ früherer Wellness-Anbieter gehört damit der Vergangenheit an. Proaktive Herangehensweisen und vom Kundenbedürfnis heraus entwickelte Lösungsmuster bilden die Grundlage künftiger Erfolgsstrategien. Die neue Aufgabenstellung stellt die nunmehr Seite an Seite mit den Spa-Konzeptionisten arbeitenden Architekten vor bisher nicht gekannte Herausforderungen. In dem Spannungsfeld von medizinisch korrekter Arbeit auf der einen Seite und dem ausgeprägten Verwöhnanspruch auf der anderen Seite sind Räume zu entwickeln, die funktionell und emotional zugleich sind. Dies gilt

lichen Spa-Welten wie von selbst aufzuheben. Gesundheit wird plötzlich Voraussetzung für nachhaltigen, reuelosen Genuss – ja sie wird geradezu zu ihrem Synonym. Die Vorreiter dieses neuen gesundheitsorientierten Lebensstils, die LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability) lassen die künftigen genussorientierten Gesundheitsmärkte erahnen. In den gesundheitsorientierten Spas – den Medical Spas – sind sie bereits Realität.

#### Diskretion für den Gast

Somit wird auch die Architektur die Gegensätzlichkeit zwischen funktionellen Räumen (Praxen, Laboratorien, Check-Up-Straßen, Trainingsanlagen) und emotionsgeladenen Genussräumen (Double Treatment Rooms, Private Spas, Seaside-Massages) überwinden müssen. Statt „entweder oder“ gilt ein „sowohl als auch“. Damit ist auch klar, dass Quantität und Gigantomanie als Unterscheidungsmerkmal vom Mitbewerber de facto ausgedient haben. An ihre Stelle wird die Harmonie treten. Das aufeinander Abgestimmtsein wird somit wichtiger als die Größe an sich. Das Vorhandensein von Technik, Know-how und Kompetenz soll spürbar, jedoch nicht primär sichtbar sein. Mit den bedeutsamer werdenden

Anzeige



**PROFESSIONALS**  
AV-SOLUTION PARTNER

**Professionelle AV-Lösungen, bundesweit und in Österreich**

Sie finden uns ganz in Ihrer Nähe:  
**www.professionals.eu.com**  
**Hotline: 0800-0776225**

## Ziefle Koch

Hotel- und Objekteinrichtungen  
Innenausbau

D-72178 Waldachtal - Cresbach

Tel. +49 (0) 74 45/85 05-0  
info@zieflekoch.de · [www.zieflekoch.de](http://www.zieflekoch.de)

**Firma Rieger**  
Kinderartikel / Hotel u. Gastronomie

Unterried / Ringstraße 15  
94256 Drachensried

Tel.: (0 99 45) 12 67  
Fax: (0 99 45) 24 58  
[www.rieger-kindermoebel.de](http://www.rieger-kindermoebel.de)  
kontakt@rieger-kindermoebel.de



### Mit kleinen Bädern Größe zeigen.

Klaus König GmbH  
Bergener Ring 37  
01458 Ottendorf-Okrilla  
Tel.: +49 (0)35205 603-0  
[www.koenig-baeder.de](http://www.koenig-baeder.de)

**könig bäder**



#### • Tischdecken

**KAECHELE** Hotelwäsche

Fon (0 73 33) 96 10 0 info@kaechele.com  
Fax (0 73 33) 75 56 www.kaechele.com  
[www.hotelwaesche.com](http://www.hotelwaesche.com)

