



## Wellness mit Tiefgang

Zukünftig wird das Wellnesshotel zum Coach für ein gesundes und glückliches Leben. Aufgrund der zunehmenden Urbanisierung und Digitalisierung sehnen sich Gäste verstärkt nach Rückzug und Ruhe. Wie die „Living-Well-Generation“ Hotels zum Umdenken zwingt.

Foto: Jacob Lund/Shutterstock.com

Von Elke Birke

**M**anchmal vergessen wir im Alltag unsere Bestimmung. Doch wenn wir tief in uns gehen, ruhig werden, entdecken wir sie. Die Quelle unseres Glücks! Wie ein Mantra begleiten diese Worte die Gäste des Alpin Logde & Spa Hubertus in Balderschwang. Menschen, die sich in dieses Hotels zurückziehen, suchen in erster Linie Ruhe, um zu sich zu finden. Sie suchen einen friedlichen Ort, wo ein gutes Leben stattfindet. Und wo der Körper, die Gefühle und die innersten Gedanken mal wieder ernst genommen werden.

Mit seinem ganzheitlichen Konzept begegnet das Wellnesshotel einem der angesagtesten Themen im Wellnessmarkt: „Wir beobachten eine stark wachsende Nachfrage nach radikal authentischen und naturnahen Angeboten“, sagt der international tätige Gesundheits- und Wellness-Experte Franz Linser. „Es ist eine dieser größeren und dadurch nachhaltigen Trendwellen, dass viele Menschen aufgrund der fortschreitenden Urbanisierung immer mehr unter einem ‚Natur-Mangel‘ leiden.“ Das belegen die enorm wachsenden Angebote wie naturnahes Wohnen,

Baumhaushotels, Bio-Zimmer, Wald-Spas, Naturkosmetik und jegliche neue Outdoor-Angebote. Must-haves wie Yoga, Coaching, Selbstfindung oder Entgiftung stünden dabei sehr wohl in einem logischen Zusammenhang und folgten größeren gesellschaftlichen Entwicklungen, weiß Linser.

Ähnlich verhalte es sich im Segment Medical Wellness. Die Menschen seien zunehmend bereit, sich proaktiv um ihre Gesundheit zu kümmern. Dafür seien sie auch bereit, tiefer in die Tasche zu greifen. Hoteliers sollten eines dieser großen Themen aufgreifen und konsequent in allen Bereichen ihres Hauses umsetzen. Nur so blieben sie glaubwürdig, einzigartig und marktrelevant. Das empfiehlt Linser als erfolgreichen Weg aus dem „Trend-Wirrwarr“ im Wellness-tourismus – sei es, um das eigene Angebot zu optimieren, zu verändern oder völlig neu zu gestalten.

Darunter seien gesundheitsfördernde Konzepte kombiniert mit Wellnesselementen mittlerweile äußerst beliebt. Für viele Menschen ist

eine „Gesundheitswoche“ pro Jahr bereits fester Bestandteil ihrer modernen Lebensstilgestaltung. Zu Recht, meint Gesundheitsexperte Linser. Schließlich definierten die Väter der Wellnessbewegung – der Sozialmediziner Halbert Dunn, Donald B. Ardell und John Travis – Wellness als Kombination aus Wellbeing und Fitness.

auch einen Wermutstropfen: Die Zahl der Anbieter, die fachlich fundierte ganzheitliche Konzepte anbieten, ist noch gering. Denn nicht überall, wo eine einfache Blutdruckmessung oder ein HRV-Test das Wellness-Angebot aufhübsche, steckt auch ein ganzheitliches Gesundheitskonzept dahinter. Kurzum: Es ist noch viel zu tun.

Nach den Erfahrungen von Franz Linser gibt es derzeit drei Typen von Hotels, in denen Medizin und Wellness besonders gut funktionieren. Die eine Gruppe kommt aus der Kurhotellerie – aus der reparatur-medizinischen Ecke. Sie hat sich durch ergänzende klassische Well-

„Der Luxus der Zukunft wird unsichtbar sein: Zeit, Raum, Aufmerksamkeit, Ruhe, Sinn“

Franz Linser, Linser Hospitality

Darauf basierend entwickelten sie ganzheitliche Gesundheitsmodelle, die auf Eigenverantwortung sowie vorbeugende Maßnahmen bauten.

Heute, nahezu 50 Jahre später, entwickelt sich die Branche wieder mühsam dahin, Wellness endlich wieder als ganzheitliches Gesundheitskonzept und nicht als ein Sammelsurium verschiedenster und zum Teil absurder Verwöhnbehandlungen zu verstehen – davon sind Wellness- und Spa Experten fest überzeugt. Doch es gibt

ness-Angebote strategisch weiterentwickelt. Dadurch treten die guten Häuser im Marktauftritt heute meistens jünger, stilvoller und einladender auf. Zudem sind sie medizinisch betrachtet mehr auf Prävention und aktive Gesundheitspflege ausgerichtet. Gute Beispiele hierfür sind das Mühlbach Thermal Spa & Romantik Hotel in Bad Füssing, Schüles Gesundheitsresort & Spa und das Biohotel Menschels Vitalresort in Bad Sobernheim. Das Grand Park Hotel in Bad Hof-

Anzeige

**Er hat noch nie was von Servitex gehört.**  
Mit Hotelwäsche & Co. nur zu den Profis – alles andere ist sonderbar!

[www.servitex.de](http://www.servitex.de)

gastein (Österreich) war über viele Jahre hinweg als renommiertes Kurhotel erfolgreich und positioniert sich zur Zeit völlig neu durch ein Zusammenspiel von Gesundheits-, Aktiv-, Outdoor-Angeboten und Lifestyle-Medizin. Die Neueröffnung ist für Dezember geplant.

Die andere Gruppe von Hotels hat sich zunächst im Bereich Wellness einen Namen gemacht. Sie hat großzügige Bäder-, Sauna und Relax-Anlagen geschaffen, vielfältige Verwöhnangebote kreiert und erst wesentlich später zusätzliche medizinische Dienstleistungen ins Programm aufgenommen. Ein gutes Beispiel hierfür ist das Alpenresort Schwarz, das mittlerweile neben seinen Wellness-Angeboten auch über eine kleine Privatklinik verfügt.

Die Zukunft liegt aber aus Sicht Linsers ganz klar in dem international stark wachsenden Segment der aktiven Lebensstil- und Gesundheitspflege. Es werde hauptsächlich darum gehen, die Gesundheit in allen Facetten zu erhalten – körperlich, seelisch, sozial und spirituell. Die Angebotspalette werde sich aus klassischen Wellness-Angeboten und präventivmedizinischen Maßnahmen zusammensetzen. Das Ziel: Die einzelnen Behandlungselemente individuell auf den jeweiligen Gast in seiner jeweiligen Lebenssituation anzupassen.

Zu den deutschen Vorreitern zählen das Golf & Spa Resort Jammertal in Datteln. Inhaber Alfons Schnieder, Mitgründer der Kooperation der Wellness Hotels, entwickelte das breit angelegte, vitalisierende Konzept weiter mit „J+ Aqua-Med“. In dem Zentrum für Biomedizin und Naturheilverfahren arbeiten Heilpraktiker, TCM-Therapeuten, Oecotrophologen, Gesundheitsberater und Physiotherapeuten. Alle Therapeuten haben eine schulmedizinische Grundausbildung, die sie fortlaufend um naturheilkundliche und komplementärmedizinische Schwerpunkte erweitern.

### Kein Whatsapp und kein Facebook

Das Alpin Lodge & Spa Hubertus entwickelt die Angebote seines Konzeptes ohne ärztliche Begleitung, dafür in einem modernen und authentischen Hotelambiente weiter. Christa und Karl Traubel leben die von ihnen entwickelte Philosophie „Lust auf Leben“ sehr bewusst und entspannt vor. Sie verbinden gesundheitsfördernde Anwendungen, Fitness, Ernährungsberatung und Workshops mit Lebensfreude und einem modernen Lebensstil. Juniorchef Marc Traubel setzt diesen Weg konsequent fort und baut ihn aus. Mit Programmen zum Regenerieren und revitalisieren, zum Beispiel mit dem Ayurveda-Therapeuten und Yogalehrer Sammi Beg. „Mobilfunkrast“ heißt etwa ein Angebot, bei dem Gäste komplett auf Whatsapp, Facebook und Emails verzichten sollen. Pfliffig ist auch die Idee „Tausch von Bergkäse gegen Handy“. Ablenkung finden die Gäste während ihres Urlaubes mit Aktivprogrammen wie Yoga, Körperreisen, Meditation oder Tai Chi. Darüber hinaus bietet Familie Traubel zahlreiche Yoga-Retreats und die bewährte Achtsamkeitswoche an. In Workshops erläutert Ayurveda-Koch Gabriel Simon-Pinero fachkundig, wie einfache Gerichte dem Stoffwechsel Rechnung tragen, Energie steigern, die Laune heben und letztendlich helfen, den Alltag glücklich zu meistern.

Mit zunehmender Konzentration auf präventive und aktive Strategien erfährt zudem das gute alte Sporthotel eine beachtenswerte Renaissance: In neuem Look und deutlich verbessertem Stil- und Hospitality-Anspruch. Es wird sich am Markt als interessantes Hybrid aus Sport- und Wellness präsentieren und in erster Linie aktive, outdoor-orientierte sowie wellness- und gesundheitsaffine Kundenschichten ansprechen, sagt Franz Linser. Aktuelles Beispiel: Das Sport-Resort Hohe Salve in Tirol, das sein „Move & Relax-Konzept“ in Kooperation mit dem Institut für Sportwissenschaft Innsbruck entwickelt hat und im Spätherbst seine Tore öffnen wird.

Der historische Klosterhof in Bayerisch Gmain ist kürzlich als Gesundheitszentrum Klosterhof Premium Hotel & Health Resort an den Start gegangen. Die Inhaber Henrike und Andreas Färber vereinen in dem Gesundheits-hotel auf 1500 Quadratmetern Artemacur-Spa Wellness und Medizin. Das alpine Haus beherbergt zudem 65 Panoramazimmer, Spa-Lofts mit Private-Spa auf der Galerieebene und Suiten (siehe Bild oben). Das kulinarische Konzept widmet sich dem „neuen alpinen Genuss“.



**Ort der Ruhe:** Die Baumwipfelsauna im Wellnesshotel Das Kranzbach in Krün

Foto: Hotel



**Blick in die Wälder:** Auch im neuen Klosterhof in Bayerisch Gmain spielt die Natur eine zentrale Rolle

Foto: Hotel

„Begeisterung Leben“, so lautet das Leitmotiv der Hoteliersfamilie. Entwickelt haben sie ihr Konzept aus der Faszination für die Kraft des Lebens, die jeder schon einmal gespürt haben soll. Andreas Färber startet mit seiner ganzheitlich entwickelte Konzeptmedizin ab Oktober. Inhaltlich baut dies auf einer diagnosebasierten und -zentrierten Medizin auf und soll eine individuell adaptierte Prävention ermöglichen.

Linser registriert zudem weitere Top-Themen im Wellnessmarkt. So verkauft Finnland Tourismus seit einiger Zeit „Stille“ und proklamiert, dass man in den Weiten ihrer Wälder und Seen in fünf Sprachen schweigen kann. „Nature-Spas“ entstehen auf Bergwiesen, „Forest Bathing“ (Waldbaden) wird bereits als globaler Trend beschrieben und in deutschen Häusern wie dem Wellnesshotel Das Kranzbach in Krün bereits angeboten. Hotels ersetzen Flatscreens in den Zimmern durch kleine Bibliotheken, die temporäre Online-Askese (Digital detox) wird zum Verkaufsargument oder zum Tauschangebot für kulinarische oder entspannende Goodies (z.B. im Alpin Lodge & Spa Hubertus).

### Gesundheit wird Statussymbol

Wellness – und daran besteht heute nicht mehr der geringste Zweifel – ist Mainstream geworden und durchdringt alle Schichten und Lebensbereiche. Einst als Wochenendvergnügen für betuchte Genießer gestartet, ist der Begriff heute omnipräsent. „Es verwundert nicht, dass „workplace wellness“ international zu einem milliardenschweren Boom-Thema geworden ist“, sagt Linser. Der Mitarbeiter, der sich an seinem Arbeitsplatz wohlfühlt und dessen Gesundheit dort aktiv gefördert wird, ist motivierter, fehlt weniger und leistet gern mehr. Wellness macht aber auch vor unseren Haustüren nicht halt: „Wer

den Gedanken an ein gesundes Leben im Einklang mit sich, seinem sozialen und natürlichen Umfeld einmal verinnerlicht hat (well-being), der möchte dies nicht länger nur auf seinen Wellness-Urlaub beschränken“, so Linser. „Deshalb steht uns mit dem neuen Mega-Thema „well@home“ ein weiterer großer Wellness-Entwicklungsschritt bevor.“

Gesundes Bauen, gesund Wohnen, gesunde Bewegung und Entspannung als Teil des täglichen Lebens wird zum kategorischen Imperativ einer neuen „Living-Well-Generation“. Damit

verbunden werden Gesundheit, eine gelungene Work-Life-Balance und ein stressbefreites Leben zum neuen Erfolgsfaktor und Status-Symbol einer Gruppe von jungen, urbanen Querdenkern. Linser prophezeit, dass sie schon bald den Markt durchdringen und die Wellness-Märkte von Grund auf neu definieren werden.

**Service-Tipp:** Wellness-Experte Franz Linser spricht im Interview auf [ahgz.de](http://ahgz.de) über ganzheitliche Gesundheitskonzepte für Hotels.

► [www.ahgz.de/s/linser](http://www.ahgz.de/s/linser)

Anzeige

## Ihr gesamtes Wellness-Zubehör aus einer Hand

### igefa. Wir liefern was Ihre Gäste täglich wünschen.

Ob für die Gastronomie, den Zimmer- oder Spa-Bereich – die igefa Spezialisten entwickeln für Sie die optimale Versorgungslösung:

- Hotelkosmetika von namhaften Herstellern bis zu günstigen Eigenmarken
- gesamter Non-Food-Bedarf aus einer Hand
- persönliche Vor-Ort-Betreuung durch unseren Außendienst
- eigene leistungsstarke Logistik

Weitere Informationen: [www.igefa.de](http://www.igefa.de)



Mit Sicherheit gut versorgt