Hochwertige Wellness-Erlebnisse mitten in der spektakulären Schweizer Alpenlandschaft – das bietet zum Beispiel The Cambrian in Adelboden.

Anspruchsvoll, aber zwanglos

Erik Brühlmann und Marius Leutenegger

Noch immer gehen viele für ein Wellness-Wochenende über die Grenze. Im oberen Segment ist das aber nicht nötig: Spezialisierte Schweizer Wellness-Hotels bieten Anlagen am Puls der Zeit. Überraschend ist, wie ungezwungen die Atmosphäre heute selbst in erstklassigen Betrieben ist.

Das Ermitage Schönried ob Gstaad ist nicht einfach ein Hotel mit Spa-Bereich – sondern eine ganzheitliche Wohlfühlanlage. Wo liegt der Unterschied? «Es gibt viele 5-Sterne-Hotels, die einen Spa-Bereich haben», sagt CEO Daniel J. Ziegler. «Bei uns aber steht die Wellness im Mittelpunkt.» Bereits beim Buchen dreht sich im Ermitage alles ums Wohlfühlen: Im Call-Center des Hotels arbeiten zwei «Wellness-Butler», die genau hinhören, was die Gäste suchen – und entsprechende Angebote empfehlen. CEO Daniel J. Ziegler: «Ruft ein Gast an und sagt ‹Ich fühle mich ein bisschen schlapp, ich habe Hautprobleme, ich möchte wissen, ob ich mich richtig ernähre›, dann stellen wir ein individuelles Programm zusammen. Schon beim Einchecken werden die Gäste dann den richtigen Fachleuten vorgestellt.» Konsequenterweise verzichtet man auch auf einengende Bekleidungsvorschriften. Ziegler: «Für unsere Hotelgäste haben wir im Spa-Bereich die Brunnenstube eingerichtet, wo sie gesund frühstücken oder ein Vital-Mittagessen zu sich nehmen können. Dadurch kann ein Gast den ganzen Tag im Bademantel bleiben – das geht in vielen anderen 5-Sterne-Häusern nicht.»

Ein Leben für die Wellness

Während bei den meisten Hotels der Spa ein mehr oder weniger wichtiges Zusatzangebot ist, gehört Wellness hier zur DNA des Hauses. Nachdem die beiden Besitzer Laurenz Schmid und Heiner Lutz 1977 das kleine Vorläuferhotel übernommen hatten,

Im Hotel Ermitage Schönried ob Gstaad ist der gesamte Spa-Bereich vom Feinsten.

erwiesen sie sich schon bald als echte Wellness-Pioniere: 1979 eröffneten sie das erste Sol-Innen- und Aussenbad in der europäischen Bergwelt. Seither wurde und wird das Angebot kontinuierlich ausgebaut, und heute gibt es im Spa des Hotels eigentlich nichts mehr, was man vermissen könnte: Fitnessraum, Hamam, Massageräume und Bäder, Panorama-Liegeräume mit Wasserbetten und Lieblingsmusik, den separaten Lady's Spa, den Aquadom mit 37 Grad warmem Wasser oder den Saunapark mit zehn verschiedenen Saunas.

Immer mit Blick in die Zukunft

Während vor ein paar Jahrzehnten ein Sol-Aussenbad noch als Sensation galt, sind die Gäste heute verwöhnt und nicht so leicht zu begeistern. Das bedeutet laut Daniel J. Ziegler: «Man muss auf dem neusten Stand bleiben und sich ständig auf Messen, bei Kursen und über die Medien über die aktuellen Trends informieren.» Diese Aufgaben hat das Ermitage zwei Wellness-Scouts übertragen. Sie rapportieren in regelmässigen Abständen, was sich in der Wellness-Szene tut. Allerdings gehe es nicht darum, jede Woche einen neuen Gag anzubieten. «Man muss nicht alles mitmachen», sagt der CEO. «Doch die grossen Trends kann man nicht ignorieren.» Dazu gehört etwa, dass Wellness heute alle Generationen gleichermassen anspricht. Das Ermitage hat sich daher zum Dreigenerationenhaus mit Angeboten für Grosseltern, Eltern und Kinder entwickelt. Und es ist natürlich absehbar, dass sich das Hotel weiter wandeln wird. Die Betreiber haben schon vorgesorgt: «Als wir 2011 den Wellness-Bereich grundlegend erneuerten, erstellten wir bereits Räumlichkeiten für den nächsten Schritt im Rohbau», verrät der CEO.

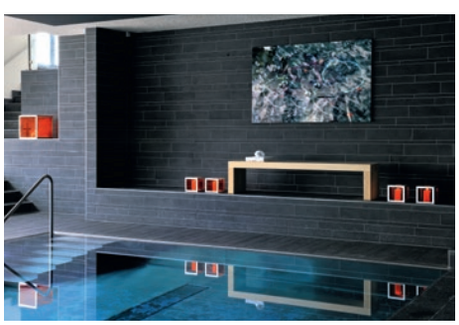
Alles, nur nicht steif

Auf ähnlich entspannte Weise elegant wie das Ermitage ist auch das Designhotel The Cambrian in Adelboden: Das 4-Sterne-Superior-Hotel wurde 2007 eröffnet. Das überzeugende Design bestimmt zwar das äussere Erscheinungsbild des Betriebs, «gestelzt» geht es aber dennoch nicht zu und her. «Unsere Mitarbeitenden tragen Jeans», sagt Martina Beck, zuständig fürs Personal und die Medienbetreuung. «Es soll bei uns auf keinen Fall eine steife Atmosphäre aufkommen.» Die lockere Eleganz findet vor allem beim jüngeren Publikum Anklang. «Unsere Klientel besteht zu einem grossen Teil aus Paaren, die sich einmal etwas Besonderes gönnen wollen», sagt Martina Beck. «Sie sind wie wir: anspruchsvoll, aber zwanglos.»

Klein, aber fein

Mit einer Fläche von rund 800 Quadratmetern ist der Spa im The Cambrian eher klein. Doch er ist sehr fein und – anders als viele andere Anlagen, die in mehreren Etappen gebaut wurden – auffallend einheitlich: Optisch dominiert schwarzer Schiefer aus der Region. Der Naturstein verleiht der Anlage eine dezente Noblesse und viel Wärme. Das alles reicht, um das Grundbedürfnis der Gäste nach gediegener Erholung mehr als zufriedenstellend zu decken. Dementsprechend sieht sich der Betrieb auch nicht im Zugzwang, immer alles runderneuern zu müssen. Martina Beck: «Erneuerungsdruck geht in erster Linie vom Gast aus: Gefällt den Gästen das Angebot, gibt es keinen Grund, es ständig umzustellen.»

www.ermitage.ch
www.thecambrianadelboden.com



Der Spa-Bereich im The Cambrian wird von elegantem schwarzem Schiefer geprägt.

In der Brunnenstube im Hotel Ermitage kann man sich den ganzen Tag im Bademantel aufhalten – und auch die Mahlzeiten zu sich nehmen.

«Raus mit den Buddhas!»

Hildegard Dorn-Petersen ist Beraterin für Hotelleriebetriebe.
Sie weiss, vor welchen Herausforderungen die Branche steht.

Wellness-Expertin Hildegard Dorn-Petersen weiss: «Die Generation Y wird für Wellness-Betriebe eine Herausforderung.»

«denaris»: Hildegard Dorn-Petersen, was unterscheidet ein gutes Wellness-Hotel von einem Hotel mit Wellness-Bereich?
Hildegard Dorn-Petersen: Definitiv nicht das Vorhandensein eines Schwimmbeckens oder einer Saunalandschaft – sondern die Philosophie und das ganzheitliche Konzept. Verspürt der Gast diesen Spirit schon bei der Buchung, kann er davon ausgehen, dass ein gelungener Wellness-Aufenthalt vor ihm liegt.

Wie umkämpft ist der Markt?
Es gibt Spitzenbetriebe und andere, die auch mit dabei sein wollen. Doch die Zahl der Trittbrettfahrer nimmt ab. Das hat einen einfachen Grund: Der Gast ist mündiger geworden. Generell wird der Wellness-Trend wohl auch in den kommenden Jahren anhalten: Das Marktsegment legte 2013 um satte 12,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr zu. Ehrlich gesagt hat die Schweiz den Wellness-Boom aber total verschlafen. Es waren und sind Ausnahmeprojekte der 5-Sterne-Luxushotellerie, die rechtzeitig die Zeichen der Zeit erkannt haben. Herausragende 4-Sterne- und 4-Sterne-Superior-Betriebe bilden immer noch Ausnahmen. Der Wettbewerb findet in diesem Bereich vor allem in der Nachbarschaft statt, in Deutschland und Österreich – dort freut man sich über die Gäste aus der Schweiz!

Wie gross ist der Druck, ständig neue Angebote einzuführen?
Es wäre der total falsche Ansatz, jedem Trend nachzuhecheln. Was zählt, sind ein klares Konzept und Professionalität. «Everybody's Darling» wird Schiffbruch erleiden.

Welches sind die derzeitigen Wellness-Trends?
Authentizität und Regionalität haben sich schon länger zu Schwerpunkten der Hotellerie und Gastronomie entwickelt. Das heisst: Raus mit den Buddhas, wo sie nicht hingehören! Weiter geht es vor allem um die Kunden von morgen, die sogenannte Generation Y. Diese Generation im Alter bis etwa 28 Jahre tickt ganz anders als jede andere junge Altersklasse zuvor.

Das bedeutet?
Diese Leute haben ihre eigenen Präferenzen, sind ständig online und haben damit direkten Zugang zu allen Informationen – jetzt und sofort. Das zieht auch den Trend nach sich, dass neue Technologien im Spa-Bereich Einzug halten werden. Die demografische Entwicklung wird in Zukunft zudem immer mehr Single-Haushalte hervorbringen. Gepaart mit dem Verlangen, bis ins hohe Alter fit und gesund zu sein, wird der Wellness-Besuch daher immer mehr zum «Socializing». In diesem Bereich werden die Betreiber noch deutlich zulegen müssen.

Worauf muss ich als Kunde bei der Wahl eines Hotels achten?
Man sollte bei einem Anruf ein paar Fragen stellen: Ist das Hotel schwerpunktmässig auf Wellness-Gäste eingestellt? Gibt es zu allen Mahlzeiten eine gesunde und vielseitige Vitalküche? Stellt sich die Küche auf Ihre besonderen Ernährungswünsche von glutenfrei bis vegan ein? Verfügt das Hotel über eine grosse, moderne Wellness-Abteilung mit attraktiver Badelandschaft, Fitnessraum, Beautyabteilung und einem Anwendungsbereich für Massagen und Wellness-Behandlungen? Bekommen Sie schon vor Ihrem Aufenthalt aussagekräftige Informationen über das Wellness-Angebot? Werden Ihnen die gebuchten Wellness-Leistungen genau erläutert? Werden Sie von qualifizierten Mitarbeitenden im Wellness-Bereich betreut? Stehen Ihnen die frei nutzbaren Wellness-Angebote an sieben Tagen in der Woche zur Verfügung? Und: Stimmt das Preis-Leistungs-Verhältnis bei individuellen Wellness-Leistungen?

Gibt es dazu eine Faustregel?
Ja, sie lautet: Eine Minute individuelle Wellness-Behandlung sollte nicht mehr als zwei Franken zwanzig kosten.