

«Wellness ist kein Selbstläufer»

Hotels Gesundheit liegt im Trend. Davon profitiert auch der Tourismus in der Schweiz. Doch viele Anbieter begehen den gleichen Fehler.

Interview: Dominik Buholzer

12,6 Milliarden Franken Umsatz wurde 2017 mit Wellness in der Schweiz erzielt. Damit belegt unser Land laut dem Global-Wellness-Institut im weltweiten Vergleich Platz 12. Spitzenreiter sind die USA mit 2000 Milliarden. Wellness ist Medizin für viele Hotels. Mittlerweile macht deren Anteil bei den Gästen rund 20 Prozent aus. Tendenz steigend. Als vielversprechendes Geschäftsfeld gilt dabei Medical Wellness, also Wellness kombiniert mit medizinischen Angeboten. Dieser Bereich soll noch viel stärker wachsen als Wellness im herkömmlichen Sinn.

Erlebt die Schweiz ein Revival als Kur- und Gesundheitsort wie im 19. Jahrhundert? So weit würde Mirco Plozza nicht gehen. Aber der Direktor des Deltapark Vitalresort in Thun, das sich unter anderem auch auf Medical Wellness spezialisiert hat, ist überzeugt, dass die Schweiz in diesem Bereich ihr Potenzial noch längst nicht ausgeschöpft hat.

Mirco Plozza, Wellness ist ein Milliardengeschäft. Worauf kommt es an?
In erster Linie müssen wir vermeiden, dass Wellness zur Infrastrukturschlacht verkommt.

Was meinen Sie damit?
Es ist nicht damit getan, einfach eine schöne Anlage hinzustellen. Auch das Konzept muss stimmen. Denn selbst die beste Infrastruktur wird irgendwann alt. Wir müssen uns also fragen, was die Gründe für den Wellnessboom sind. Nur so gelingt es uns, nachhaltige Angebote zu generieren.

Machen Sie sich Sorgen?
Nein, wir sind gut aufgestellt. Aber Wellness ist kein Selbstläufer.

Das heisst?
Wellness-Infrastruktur und -Dienstleistungen müssen sorgfältig aufeinander abgestimmt werden, das Angebot authentisch und ehrlich sein. Im Bereich Medical Wellness sind im Moment in der Schweiz fast nur jene Konzepte erfolgreich, welche kurative medizinische Angebote mit Hotellerie und Wellness verknüpfen. Präventive Konzepte, wie wir sie anbieten, sind noch etwas am Kämpfen.

Woran mangelt es, dass es dies in der Schweiz noch nicht tut?

Wir müssen in erster Linie unsere Angebote schärfen. Wir im Deltapark Vitalresort in Thun haben uns genau aus diesem Grund vor einem Jahr entschlossen, noch konkretere Angebote zu erstellen und präventive und kurative Elemente zu verbinden. Zum Beispiel haben wir ein Institut für ästhetische Medizin im Treatment-Trakt angesiedelt, wo wir mit einer Spezialistin für Laserbehandlungen zusammenarbeiten. Diese Art Dienstleistung ist nicht nur, aber sie ist ziemlich einmalig in einem Vier-Sterne-Superior-Hotel.

Bei Medical Wellness geht es darum, dass die Patienten unter fachkundigen Anleitungen zu einem bewussten und gesunden Lebensstil animiert werden.
Genau. Und dabei ist für uns sehr wichtig: Wir sind ein Hotel und keine Klinik. Wir wollen Gäste und nicht Patienten.

Wer also zu Ihnen kommt, will Gutes für sich tun. Medical Wellness wird ein noch grösseres Potenzial eingeräumt als dem klassischen Wellness. Spüren Sie das?
Um Erfolg zu haben, müssen Sie sich Reputation verschaffen. Ich glaube, dies ist uns seit der Eröffnung im Frühling 2016 ganz gut gelungen. Aber wir sind noch längst nicht dort, wo wir sein möchten.

Seminar- und Gesundheitshotel

Das Deltapark Vitalresort in Thun ist einer von insgesamt neun Betrieben, die von Schweiz Tourismus im Bereich Medical Wellness hervorgehoben werden.

Das Vier-Sterne-Superior-Hotel befindet sich direkt am Thunersee und verfügt über 106 Zimmer und drei Seevillen, vier Restaurants und einer 2000 Quadratmeter grossen Wellness-, Spa-Zone. Dazu kommen zusätzlich noch 800 Quadratmeter Seminarfläche. Das Deltapark Vitalresort ist Teil der Hauenstein Hotels&Restaurants und wurde im Mai 2016 eröffnet. Die Investitionssumme belief sich auf rund 50 Millionen Franken.

www.deltapark.ch

Wo drückt der Schuh?
Ich muss vielleicht vorausschicken: Der Erfolg muss sich bei uns nicht subito einstellen. Mit der Hauensteingruppe, zu der Hotels und Kliniken gehören, verfügen wir über Eigentümer, die wissen, dass alles seine Zeit braucht.

Aber auch Sie können nicht ständig rote Zahlen schreiben.
Da haben Sie absolut Recht. Wir sind auf sehr gutem Weg, dies nicht mehr zu tun. Wir verfügen als Seminarhotel über ein zweites Standbein, welches sich ganz gut mit dem Wellnessbereich ergänzt. Wir stellen fest, dass Gesundheit ganz allgemein ein sehr wichtiges Thema ist. Wenn es jedoch darum geht, sich einem Gesundheitscheck zu unterziehen, der beispielsweise auch die Analyse der Atemgase beinhaltet, dann tun sich viele noch schwer damit. Deshalb wollen wir nun unsere Angebote entsprechend ändern.

Das heisst?
Wir müssen es dem Gast noch einfacher machen. Deshalb soll ein Teil der Gesundheitsfördernden oder präventiven Leistungen bereits fix im Zimmerpreis enthalten sein. Wir versprechen uns davon viel. Insbesondere hoffen wir, dass wir damit noch stärker Sportler, auch ambitionierte Freizeitsportler, ansprechen können.

«Wir sind ein Hotel und keine Klinik. Wir wollen Gäste und nicht Patienten.»



Mirco Plozza
Deltapark Vitalresort in Thun



Entspannung pur im Private Spa des Deltapark in Thun.

Bild: Friderike Hegnert

Die Angebote sind das eine, das Fachpersonal das andere. Wie einfach ist es, an gutes Personal zu gelangen?

Das ist eine grosse Herausforderung, insbesondere bei Medical Wellness. Einen Fitnesscoach zu finden, ist kein Problem. Gesundheit besteht aber nicht nur aus Sport und Ernährung. Jemanden zu finden, der auch über das entsprechende Rüstzeug im Bereich Prävention verfügt, ist jedoch gar nicht so einfach.

Blieben bei Ihnen deshalb schon Stellen vakant?
Wir haben ein Jahr lang einen Nachfolger für unseren Leiter «Gesundheit und Wellness» gesucht. Ich glaube, dies sagt alles.

Der Wellness-Bereich ist nicht nur stark gewachsen, sondern hat sich laufend weiterentwickelt. In welche Richtung geht die Reise?
Das ist eine spannende Frage. Es geht meiner Meinung nach stark Richtung authentische Erlebnisse. Die Sehnsucht danach scheint mir derzeit sehr gross. Ich glaube, die Leute haben langsam genug von den allen grossen, tollen Anlagen und sehnen sich wieder nach klei-

neren und einfacheren Dingen. Zudem wünscht sich jeder möglichst individuelle Angebote. Man möchte persönlich angesprochen werden. Der Gast möchte Zeit. Zeit für sich selber, aber auch, dass jemand wirklich ehrlich auf ihn eingeht.

Wer wird davon profitieren?
Kleineren Betrieben eröffnen sich dadurch neue Chancen. Selbst für Alpbütten könnte dies zu einem Thema werden.

Grosse Player haben das Nachsehen?
Um die müssen wir uns doch keine Sorgen machen. Wir haben im Bereich Wellness unser Potenzial in der Schweiz noch längst nicht ausgeschöpft.

Es wird also nicht zu einer Marktreinigung kommen?
Die heutigen Player sind sehr professionell unterwegs, es fehlt auch nicht an den notwendigen Investitionen. Im Gegenteil: In meinen Augen hätte es gar noch Platz für den einen oder anderen. Veränderungen werden wir stattdessen beim Angebot erleben. Selbst der Bürgenstock mit seinem Rekonvalenz-Bereich wird über die Bücher gehen müssen.

Ist der Bereich zu gross?
Nein, aber das Angebot ist meiner Meinung nach noch viel zu breit und die Geschäftseinheiten zu klein. Es muss eine Fokussierung stattfinden.

Mit Wellness versucht man auch, internationale Gäste anzuziehen. Vermag sich die Schweiz durchzusetzen?
Der Schlüssel zum Erfolg liegt sicherlich im Schweizer Markt. International ist die Situation schwierig.

Weshalb?
Die Schweiz kann zwar mit den bewährten Themen wie Sicherheit, gute Bauten und hohe Qualität der Angebote glänzen. Aber im Medical Tourism erwächst beispielsweise im GCC-Markt, also dem Markt mit Gästen aus den Golfstaaten, Konkurrenz von unerwarteter Seite.

Welcher?
Destinationen wie Bosnien, die Türkei und Aserbaidschan buhlen immer mehr mit und haben in den vergangenen Jahren stark an Terrain gewonnen. Sie verfügen über gute Angebote und haben erst noch den Vorteil, dass sie muslimische Staaten sind. Am einfachsten läuft es für die Schweiz im High-Luxury-Bereich, also dort, wo Geld keine Rolle spielt. In der Schweiz gibt es jedoch nicht viele Betriebe, die sich auf diesen Bereich fokussieren.

Also gibt es für die Schweizer Betriebe noch viel zu tun, um international mitzuspielen.
In der Tat. Medical Wellness sagt man zwar ein enormes Potenzial voraus, aber in der Schweiz hat noch kein Hotel nur damit Geld verdient.

Orientalische Badekultur im Engadin

Das Hotel Castell in Zuoz ist schon wegen seiner Lage und seiner Architektur eine Reise wert. Im Winter befindet sich die Skipiste gleich hinter dem Haus. Das «Castell» setzte als erstes Hotel in den Alpen auf die orientalische Badekultur Hammam. Diese vereint Körperreinigung, Entspannung und Wohlbefinden. Das Hammam im «Castell» ist eine Bade-welt mit milder Wärme und sanftem Licht.

Draussen befindet sich das Felsenbad - das sich kunstvoll in die Berglandschaft einfügt. Der von einer Holzplattform umgebene «Reflecting Pool» bildet mit seiner kleinen finnischen Sauna unter freiem Himmel eine ideale Ergänzung zum Hammam. Der «Reflecting Pool» ist eine Kunstinstallation des Japaners Tadashi Kawamata.

www.hotelcastell.ch



Ein Spa nur für sich und seine Freunde

Der Name ist Programm: Baden ist eine Bäderstadt. Heute gibt es mit dem «Limmathof Baden Hotel & Spa» nur noch ein öffentliches Thermalbad. Dieses wird aus den mineralreichsten Thermalquellen der Schweiz gespeist. «Novum Spa» ist eine Wellnessoase mit Thermalbad, Whirlpool, Dampfbad, Sauna und Kälteraum. Seit 2011 bietet der «Limmathof» etwas ganz Spezielles: Private Spas. Wie es der Name sagt, können diese stundenweise von bis zu vier Personen gemietet werden. Ein garantiert exklusives Erlebnis.

Das hängt auch mit der Kulisse zusammen. Der «Limmathof» war Drehort mehrerer Filme: etwa «Justiz» von Friedrich Dürrenmatt oder Markus Imboden «Kommiker». Auch eine Folge der SRF-Serie «Der Bestatter» spielt im «Limmathof».

www.limmathof.ch

Facettenreiche Entspannung



Abschalten, entspannen im Tessiner Ambiente

Von den Zimmern des Grand Hotel Villa Castagnola eröffnet sich ein traumhafter Blick auf den Luganersee. Für das leibliche Wohl sorgt die mehrfach ausgezeichnete Küche. Das Grand Hotel Villa Castagnola verfügt über ein Hallenschwimmbad mit Panoramablick und Zugang zum Hotelpark sowie Hydro- und Wellnessbereich beinhaltet Sauna, Biosauna, türkisches Bad, Calidarium, Dampfbad, Relaxzone, Solarium sowie Fitnessraum. Im Grand Hotel Villa Castagnola setzt man ganz auf Clarins-Beautyprodukte.

Im Sommer lädt nicht nur der private Lido am Luganersee zum Verweilen ein. Wer sich gerne sportlich betätigt, der kann dies auf dem hoteleigenen Sandtennisplatz tun. Zudem wird jeden Samstag eine Yogastunde angeboten.

www.villacastagnola.com



Lenkerhof: Wellness im Grossformat

Bis noch vor 20 Jahren war der Lenkerhof ein Kurhaus, bekannt vor allem für heilende Schwefelbäder. Die Schwefelgrotte gibt es heute noch, sie ist eine der sieben Möglichkeiten, die Saunafreunden im Lenkerhof haben. Das Lenkerhof Gourmet Spa Resort hat eine moderne Architektur erhalten und verfügt mit dem «7sources beauty & spa» eine der grössten Wohlfühl-Oasen der Schweiz. Dazu gehören Sportbad, Biosauna mit Lichttherapie, Kräutersauna, Dampfbad, Steinöl-Sauna, finnische Sauna, Schwefelgrotte, Dampfbad, Gymnastik- und Aerobic-Raum sowie ein tägliches Aktivitätenprogramm. Im Wellness-Bereich des Lenkerhofs wird einer der ältesten und schwefelreichsten Quellen der Schweiz verwendet.

www.lenkerhof.ch

Entspannung mit Blick auf den Gletscher

Das Hotel Saratz in Pontresina ist mit seiner über 150-jährigen Geschichte eines der Traditionshäuser am Ort und hat sich insbesondere als Familienhotel einen Namen gemacht. Es wartet mit einem umfassenden Wellnessangebot auf. Dazu gehört ein Hallenbad mit Whirlpool und Liegehalle sowie eine klassische Holzsauna und ein Dampfbad aus Naturstein. Erlebnisduchen, Eisbrunnen, Ruheraum, Fitnessraum mit Blick auf den Roseggletscher sowie Massagen und Kosmetikwendungen sorgen fürs Wohlbefinden.

Im alten Gewölbekeller befindet sich das orientalische Sarazenbad: eine Neuinterpretation des Hammams. Und draussen lockt das höchstgelegene und grösste Freibad des Oberengadins, die von Juni bis Oktober beheizte Bagnera.

www.saratz.ch



Das Spa, das sich auch der Haut annimmt

2018 konnte das Grand Hôtel du Lac in Vevey sein 150-jähriges Bestehen feiern. Inzwischen ist wieder der Alltag eingekrochen und dies auch gut so. Das Grand Hôtel du Lac ist ein Hotel für Geniesser. Vor fast drei Jahren ist es deshalb eine Partnerschaft mit Pauline Burgener eingegangen. Die Hautexpertin hat im Hotel ihr erstes Haute-Couture-Zentrum eröffnet. Die Spa-Gäste kommen in den Genuss von personalisierten Kuren.

Dank einer hochtechnologischen Hautanalyse ist es möglich, massgeschneiderte Produkte zu entwerfen. Burgener, welche das Konzept entwickelt hat, arbeitet eng mit Dermatologen zusammen. Die Doktorin der Biologie gilt als die Schweizer Spezialistin für personalisierte Anti-Aging-Behandlungen und -Produkte.

www.ghdl.ch

Wellness spektakulär inszeniert

Sursee Menschen, Wasser und Ort zusammenführen und zu einem harmonischen Ganzen verbinden, das hat sich Aqua-Spa-Resorts zum Ziel gesetzt. Das Unternehmen mit Sitz in Sursee tut dies auf spezielle Weise: Es kombiniert Wellness mit aussergewöhnlicher Architektur. Im Thermalbad & Spa Zürich etwa taucht der Gast im wahrsten Sinne des Wortes in den Berg ein, erlebt die Einmaligkeit des Steingewölbes der ehemaligen Hürliemann Brauerei und kann in riesigen Holzfässern baden. Hammam & Spa Ok-

togon in Bern wurde auf dem achteckigen Fundament des ersten Gaskessels der Stadt Bern aus dem 19. Jahrhundert gebaut.

Insgesamt sechs Spas betreibt das Unternehmen in der Schweiz, verteilt auf fast alle Landesteile: Hammam & Spa Oktogon in Bern, das Solbad & Spa Schönbühl, das Mineralbad & Spa Same-dan, das Thermalbad & Spa Zürich, das Mineralbad & Spa Riggi Kaltbad sowie das Termali Salini & Spa Locarno. Und alle haben sie zudem eines gemeinsam: Sie

sich nicht an einen Hotelbetrieb gliedern. Den Entscheid fällt man bewusst, wie Marketingverantwortliche Merve Kutay betont: «Wir verstehen uns als Day-Spa-Anbieter, darin sehen wir unsere Kompetenz.» Zudem zieht es das Unternehmen nicht nur an spezielle Orte, sondern - wenn sich die Möglichkeit bietet - auch in Städte. «Wir wollen für die Leute eine Wohlfühl-oase sein, an die sie gerne zurückkehren», so Kutay. Dazu gehört auch, dass konsequent auf Tageseintritt gesetzt wird, der Gast soll

sich entspannen und den Aufenthalt geniessen und nicht genötigt sein, das Bad nach einer gewissen Zeit wieder verlassen zu müssen. Dies ist auch der Grund, weshalb in den Spas weitgehend auf Uhren verzichtet wird. Nachhaltig soll nicht nur der Besuch sein, sondern auch der Betrieb. Die Thermalbäder werden mit Ökostrom geheizt.

Die Aqua-Spa-Resorts zählen mit den sechs Standorten und den gut 400 Mitarbeitern zu den grösseren Wellness-Anbietern in der Schweiz. Dem Gast will

man ein einzigartiges Erlebnis bieten. Dies gelingt ganz offensichtlich. Das Angebot spricht immer mehr auch jüngere Besucher an. Für Kutay kommt dies nicht ganz überraschend: «Gerade in unserer Zeit, wo der Alltag von vielen gekennzeichnet ist von Stress, gewinnen Angebote wie die unseren an Bedeutung.» Da kann man ihr nicht widersprechen. (bu)

Hinweis
www.aqua-spa-resorts.ch

ANZEIGE

GENUSS HAT ZWEI NAMEN



HOTEL STEINBOCK
PONTRESINA/ST. MORITZ

Hotel Steinbock
Anne-Rose und Thomas Walther
CH-7504 Pontresina
Tel. +41 (0)81 839 36 26
www.hotelsteinbock.ch

Hotel Walther
Anne-Rose und Thomas Walther
CH-7504 Pontresina
Tel. +41 (0)81 839 36 36
www.hotelwalther.ch

WALTHER
PONTRESINA