

Nr. 9 / FIFR / Köln, Oktober 2007

Wellness in Hotels:

Badewannen mit Musik sind erst der Anfang

Trendbericht zur Internationalen Fachmesse für Sauna, Pool, Ambiente

Stellen Sie sich vor, sie liegen im Hotel in der Badewanne und während sie entspannen, hören Sie ihr Lieblingslied. Besser noch: Sie fühlen, wie sich die Schwingungen der Musik über das Wasser auf ihren Körper übertragen. Die Badewanne der Zukunft ist mehr als ein reiner Erholungsraum mit Reinigungsfunktion. Die unterschiedlichen Tempi der Musik bestimmen die Intensität der Klangwellen. Und das ist sogar sichtbar: 80 rote, gelbe, grüne und blaue Leuchtdioden in der Wanne können so eingestellt werden, dass die Farben den entsprechenden Frequenzen der akustischen Schwingungen zugeordnet sind. Je stärker beispielsweise der Bass, desto mehr dominiert rot. Diese moderne Form von Funktions-Wannen ist nur ein exemplarischer Hardware-Trend, der in der Wellness-Hotellerie Einzug hält, daneben werden SPA-Suiten und die Anwendungsbereiche wie Medical Wellness immer bedeutender. Zur aquanale 2007, der Internationalen Fachmesse für Sauna, Pool, Ambiente, zeigt die Wellnessbranche vom 31. Oktober bis 3. November ihre Innovationen und Trends: hier ein Auszug.

Mit den „musikalischen“ Wannen liegt die Firma Trautwein im Trend der Zeit. In der California-Twin oder der Crystal-Duett können bis zu zwei Personen das Bad gemeinsam genießen. Das ist die Hardware, auf die passende Anwendungen beispielsweise für Paare zugeschnitten sind. Bereits in der Planungsphase eines Hotels wird der ganzheitliche Ansatz bedacht: „Häuser, die neu gebaut werden, planen mindestens eine SPA-Suite mit ein“, informiert Horst Knappe von der Wellness-Hotels-Deutschland GmbH. „Bestehende Hotels bauen zunehmend mehrere Zimmer zu einer solchen um.“ In eleganter, intimer Umgebung zu zweit allein zu sein, werde immer beliebter, sagt der ehemalige Hoteldirektor. Die SPA-Suite im Sport & SPA Resort A-Rosa Scharmützelsee beispielsweise bietet den 4.200 Quadratmeter großen Wellnessbereich noch einmal en miniature auf 160 Quadratmetern – unter anderem mit Dampfbad, Biosauna, Whirlpool und Kneippbecken. „Die Resonanz



aquanale
31. Oktober – 3. November
2007

Internationale Fachmesse
für Sauna, Pool, Ambiente

www.aquanale.de

Kontakt bei Rückfragen:
Franko Fischer
Tel.
+ 49 221 821-3051
Fax
+ 49 221 821-3446
E- Mail
f.fischer@koelnmesse.de

Koelnmesse GmbH
Messeplatz 1
50679 Köln
Postfach 21 07 60
50532 Köln
Deutschland
Tel. +49 221 821-0
Fax +49 221 821-2574
info@koelnmesse.de
www.koelnmesse.de

Management:
Herbert Marner
Wolfgang Kranz
Oliver P. Kuhrt
Dr. Gerd Weber

Vorsitzender des Aufsichtsrates:
Oberbürgermeister
Fritz Schramma

Sitz der Gesellschaft und Gerichtsstand
Köln, Amtsgericht Köln, HRB 952

der Gäste ist großartig“, sagt Marketingleiterin Susanne Freymann. Unter dem Motto „Die Liebe vertiefen“ bietet das Hotel Romantischer Winkel in Bad Sachsa ebenfalls Arrangements für Paare. Passend zur Hardware bietet das Haus auch professionelle Software: Wer möchte, erfährt in einem speziellen Programm, was die „fünf Sprachen der Liebe“ sind, basierend auf der These, dass Männer und Frauen sich häufig unbeabsichtigt missverstehen. Hotelchefin Nora Oelkers: „Damit wurden hier schon Partnerschaften neu belebt.“

Klare Konzepte und Philosophien

„Bei Wellness kommt es auf Inhalte an“, hebt Horst Knappe von der Wellness-Hotels-Deutschland GmbH hervor. „Eine Sauna, ein Dampfbad und ein Pool allein reichen nicht aus.“ Jedes Hotel müsse eine für den Gast erkennbare Philosophie mit mindestens einem starken Schwerpunkt haben. Manche Hotels haben ganze Bauchläden im Programm, bei denen der Verbraucher nicht weiß, warum er sich für dieses Haus entscheiden soll – es fehlt ein stimmiges Gesamtkonzept. Das Moorland Hotel Bad Senkelteich zum Beispiel hat sich auf Schlafprobleme spezialisiert – hier ruht man auf Moorland-Torfmatrasen aus der Region. Das nachhaltige Programm zum Thema Schlaf beinhaltet auch Meditation und Tipps für zuhause. Alte, überlieferte Schönheitsrituale des Stammes der Siusler lässt das Heide SPA Bad Düben unter dem Motto „Siusili-Traumwelt“ wieder aufleben. Dabei stehen Moor, Honig, Met, Milch und würzige Wildkräuter aus der Heide im Vordergrund. Auch „Anonymität und Einsamkeit“ kann Thema sein: Die WellVital-Hotels in Bayern ermöglichen eine unkomplizierte Kontaktaufnahme zwischen Alleinreisenden, indem eine Sonnenblume Tische als „Singletische“ ausweist. Hier ist Kommunikation erwünscht. Es gibt viele Möglichkeiten, sich mit einfachen Mitteln von anderen Hotels zu unterscheiden und dem Preiswettkampf zu entkommen.

Über 2.500 Euro pro Quadratmeter Wellness

„Pools und Sauna-Anlagen in Hotels werden in Zukunft kleiner dimensioniert sein“, sagt Dr. Gisela Hank-Haase, Geschäftsführerin der auf Tourismus und Hotellerie spezialisierten Unternehmensberatung ghh consult. Sprichwörtlich mehr „Raum“ bekämen zunehmend die Anwendungsbereiche der Wellnessanbieter, sprich Treatments für die Besucher, so Hank-Haase. „Was wir in den vergangenen Jahren als Wellness bezeichnet haben, ist erheblich im Umbruch.“ Angebote würden von Gästen zunehmend hinterfragt im Hinblick auf Wirksamkeit und Nachhaltigkeit. Im Durchschnitt kostet der Ausbau eines attraktiven Wellnessbereiches im Vier- bis Fünf-Sternebereich zwischen 2.500

und 3.000 Euro pro Quadratmeter. Investitionen in kostenlose Angebote sollten Hank-Haase zufolge nur auf Basis einer positiven Marktrecherche getätigt werden, da diese nicht automatisch einen Anstieg der Zimmerraten nach sich ziehen. Investieren lohnt sich derzeit vor allem im Gesundheitsbereich. Medical Wellness ist zum Schlagwort in der Tourismusbranche avanciert. Kein Wunder, kann sich doch laut der aktuellen 23. Deutschen Tourismusanalyse des BAT Freizeit Forschungsinstituts fast jeder zweite Deutsche einen Urlaub mit präventiv-regenerativem Charakter vorstellen. Nach Informationen des Zukunftsinstituts Kelkheim plant die Gruppe Maritim gerade ein 3-Sterne-Plus-Patientenhotel mit 120 Zimmern auf dem Universitätsgelände Lübeck.

Cocooning im Trend der Zeit

Wer heute neu baut, setzt auf kuschelige, abgegrenzte Räume, bekräftigt Horst Knappe von der Wellness-Hotels-Deutschland GmbH. Der Trend zum Cocooning sei nach wie vor hochaktuell und wirke sich mittlerweile auch auf Schwimmbecken aus. Das klassische Bahnschwimmen in großen Sportbecken ist nicht mehr so wichtig. Moderne Pools müssen Entspannung und Bewegung zugleich ermöglichen. Dazu eignen sich organisch geformte Becken, die etwa zehn Meter Länge zum Schwimmen bieten, aber auch Buchten mit Whirl- und Rückzugsbereichen in flachem, angenehm warmem Wasser. Hier kommen beispielsweise Luftsprudelliegen zum Einsatz wie die Acrylair von Schmalenberger, die erste Luftsprudelliege aus Polyacryl mit Luft- und Wasserdüsen für punktuelle, gezielte Massage einzelner Körperpartien.

Salzräume namens „Salounge“

Mit einer Neuheit für die Hotellerie will die Firma Weise & Partner gemeinsam mit ihrem holländischen Partner Microsalt auf der aquanale für Aufsehen sorgen. Unter dem Namen „Salounge“ werden Lösungen für die Inhalation von Mikrokristallen aus Trockensalz vorgestellt. „In Holland haben wir schon einige Hotels mit diesen speziellen Salzräumen ausgestattet“, informiert Wolfgang Keucher von Weise & Partner. In Deutschland biete derzeit erst ein Hotel diese Form der Salzinhalation an. Der Unterschied zu den bekannten Solegrotten bestehe darin, dass die Salzaerosolpartikel aufgrund ihrer wesentlich feineren Struktur (0,3 bis maximal 0,5 Mikrometer) optimal in Zellen und Atemwege eindringen könnten. „Das Ergebnis ist eine gründliche Reinigung der Luftwege sowie die Reinigung und Revitalisierung der Haut.“ Regelmäßige Inhalation stärke zudem das Immunsystem. Das besondere an den Salzräumen: Sie werden, je nachdem, ob sie für passive oder aktive Entspannung (Ruhe, Yoga),

oder passiv beziehungsweise aktiv heilend genutzt werden (Ruhe, Atmungstherapie, Salz-Öl-Massage, sportliche Aktivität), völlig unterschiedlich gestaltet. Für Hoteliers ganz wichtig: Sie können sich ein maßgeschneidertes Raumkonzept erarbeiten lassen, das optimal mit der Philosophie ihres Hauses korrespondiert.

Weiterführende Hinweise zu Trends und Innovationen, Pressemitteilungen, Bilder, Termine und Hinweise für die Presse finden sich unter www.aquanale.de. Im Online-Shop können Eintrittskarten und Kataloge geordert werden.