



1. Dietmar Müller-Elmau: „Früher sind die Menschen in die Kirche gegangen, heute gehen sie in den Spa.“ 2. Laut Michael Altewischer haben sich 2017 rund 3 Mio. Wellness-Reisende eine Auszeit vom Alltag gegönnt. 3. Claudia Johannsen, Internorga. Die Hamburger Messe ist der Branchentreffpunkt für Gastronomie und Hotellerie. 4. Ein Traum von einem Firmensitz: die historische Blohm-Villa, in der das Team von Joi-Design seinen Sitz hat. 5. Es diskutierten beim Salon-Gespräch (v.l.): Alexander Aisenbrey, Geschäftsführer Öschberghof, Peter Joehnk, Joi-Design, Michael Altewischer, Geschäftsführer Wellness Hotels & Resorts, Rolf Westermann, Chefredakteur AGHZ, Claudia Johannsen, Internorga, Corinna Mühlhausen, Trendforscherin, Markus Doleschal, Deko-Immobilien, Dietmar Müller-Elmau, Schloss Elmau/Orania. 6. Mit-Gastgeberin und Innenarchitektin Corinna Kretschmar-Joehnk von Joi-Design. 7. Alexandra Leibfried, Redakteurin 'AHGZ' und Dietmar Müller-Elmau im Gespräch. 8. Corinna Mühlhausen: „Die unterschiedlichen Wellness-Angebote werden sich zukünftig noch weiter ausdifferenzieren. Gesundheit und Natur bleiben dabei große Trendthemen.“ 9. Alexander Aisenbrey und Peter Joehnk. 10. Medial begleitet wurde das 'Salon-Gespräch' von Alexandra Leibfried, Redakteurin AHGZ, Franka Hänig, Chefredakteurin 'SPA inside' und 'SPA direkt' sowie Heike Gessulat, Redaktionsleitung arcade (v.l.).

3. SALON-GESPRÄCH BEI JOI-DESIGN

„Wellness ist die Abwesenheit von Zwang“

Es wurde angeregt diskutiert beim 3. 'Salon-Gespräch' in Hamburg. Thema diesmal: „Wohin schwappt die Wellness-Welle?“ Eingeladen hatten, wie schon bei den vorherigen 'Salon-Gesprächen', die AHGZ (Allgemeine Hotel- u. Gastronomie-Zeitung) und das Hamburger Innenarchitekturbüro Joi-Design. Und zwar in die historische Blohm-Villa, Firmensitz von Joi-Design. Zur Debatte laden waren: Claudia Johannsen, Internorga, Trendforscherin Corinna Mühlhausen, Alexander Aisenbrey, Geschäftsführer 'Öschberghof', Dietmar Müller-Elmau, Schloss Elmau/Orania, Markus Doleschal, Deko-Immobilien, Michael Altewischer, Geschäftsführer Wellness Hotels & Resorts. Mit dabei war zudem Hausherr und Innenarchitekt Peter Joehnk, Joi-Design. Rolf Westermann, Chefredakteur AGHZ, moderierte die Veranstaltung. Alexander Aisenbrey stellte zunächst seinen beeindruckenden, soeben komplett nach neuesten Standarts umgestalteten 'Ösch'-Spa vor (Interior: Joi-Design, S. 43). Ein ganzheitliches Konzept für

Körper, Geist und Seele, das auf stolzen 5.000 qm Fläche keinen Wunsch offenlassen dürfte. Ob Golfen, Joggen, Volleyball, Krafttraining oder Yoga – das Angebot an sportlichen Aktivitäten ist ebenso immens wie das an Relax-Möglichkeiten. Asia-Spa, Harmonie-Spa, Ladies-Spa, Onsen-Becken, Infinity-Pool, Event-Sauna oder Ice-Lounge – alles ist möglich. Aisenbrey's Ziel: mit seinem allumfassenden Angebot die Verweildauer seiner Gäste auf vier Tage zu steigern. Dietmar Müller-Elmau, dessen 'Luxury Spa Retreat & Cultural Hideaway' in der Branche Maßstäbe setzte, ging bei der Entwicklung seines Spa-Konzepts davon aus, dass anspruchsvolle Gäste sich das wünschen, was er selbst bevorzugt: viel Platz und Freiheit. „Wenn ich in einen Spa gehe – obwohl ich selbst nie Wellness mache! –, möchte ich niemanden treffen. Das heißt, ich brauche Platz. Viel Platz bedeutet Freiheit. Und Freiheit ist die Abwesenheit von Zwang“, philosophiert der Ausnahme-Hotelier mit Entertain-Potenzial: „Wir alle sind tagein, tagaus diversen Zwängen un-

terworfen, und denen möchten wir entfliehen, wenn wir uns eine Auszeit gönnen.“ Es gehe um das Austreten aus dem Moment. „Früher sind die Menschen in die Kirche gegangen, um sich zu besinnen und die Zeit einen Moment anzuhalten, heute gehen sie in den Spa.“ Um eben dieses Gefühl von Raum, Weite und Freiheit zu erzeugen, ist der Wellness-Bereich in Elmau außergewöhnlich großzügig dimensioniert. Ruhe sei dabei ein Muss, so Müller-Elmau. Deshalb bietet er separierte Bereiche für Erwachsene und Kinder an. Wer Ruhe wünscht, besucht die Kids-freien Zonen. „Ich habe selbst sechs Kinder, reagiere aber allergisch auf Kinder im Pool“, so der Hotelier. Trendforscherin Corinna Mühlhausen beobachtet, dass auch der Wunsch nach Bewegung und Veränderung des eigenen Lebensstils bei einem Spa-Urlaub eine Rolle spielt: „Wir pendeln ständig zwischen den Polen Technik/Kultur und Natur sowie Ich und Wir.“ Diese Pole gelte es auszubalancieren. Zudem sieht sie den Zwang zur Selbstoptimierung abebben und

Wellness – ein vielversprechendes Wort, das in den letzten 20 Jahren nicht nur in der Hotellerie einen geradezu kometenhaften Aufstieg erlebt hat. Doch was verbinden wir mit dem Begriff eigentlich genau? Und was erwarten Gäste heute und zukünftig von einem Spa-Aufenthalt in puncto Wohlbefinden, Gesundheit und Service? Differenzierte und auch philosophische Antworten fanden die Teilnehmer des 3. 'Salon-Gesprächs' in Hamburg (hosted by AHGZ & Joi-Design, powered by Internorga). arcade war dabei.

konstatiert ein steigendes Bewusstsein für Gesundheitsbelange. Jedoch: „Auf Platz 1 der Werte-Skala steht in diesem Jahr erstmals nicht Gesundheit (Platz 2), sondern das Thema Natur!“ Der Gegentrend zur fortschreitenden Urbanisierung und Digitalisierung. „Die Leute suchen nach Erlebnissen mit und in der Natur.“ Müller-Elmau pflichtet ihr bei: „Rund 95 % meiner Gäste in Elmau gehen wandern.“ Deshalb sei ein Wellness-Bereich aber nicht weniger wichtig. Denn dem Gast die Möglichkeit zu bieten, zwischen diversen Angeboten zu wählen, mache genau die Aufenthalts-Qualität aus. Dass zudem nachhaltige Konzepte an Bedeutung gewinnen, darüber sind sich alle einig. Auch wenn hier ein Widerspruch deutlich wird. Denn umfassende Spa-Anlagen benötigen in der Regel viel Energie. Und auch die Instandhaltungskosten können Unsummen verschlingen, was Investoren oft abschreckt, wie Doleschal anmerkt. Dennoch – bei rund 3 Mio. Wellness-Reisenden im Jahr 2017 (laut Altewischer), Tendenz steigend, stellt die Bedeutung von Wellness-

Hotels wohl niemand infrage. Und doch ist dabei die „Hardware“ (sprich: Lage, Architektur, Design, Wellness, Restaurants etc.) immer nur eine Seite der Medaille. Die andere, mindestens ebenso wichtige, wenn nicht wichtigere, ist die „Software“, also das Personal – vom Housekeeping bis zum Spa-Therapeuten. Alle in der Runde stimmen dem zu. Müller-Elmau, der seinen Leuten fast das Doppelte zahlt als in der Branche üblich: „Du kannst den tollsten Spa haben, wenn die Mitarbeiter nicht top sind, nützt das alles nichts.“ Aisenbrey pflichtet ihm bei und gibt ein Beispiel: „Wenn ein Gast dem Zimmermädchen erzählt, dass er Zartbitterschokolade liebt und am nächsten Tag liegt eine Zartbitterschokolade mit einem kleinen Gruß auf seinem Tisch – das vergisst er nie mehr!“ Deshalb stellt Aisenbrey seinen Mitarbeitern einen bestimmten Betrag zur Verfügung, den diese einsetzen können, um Gästen eine Freude zu machen. Super Idee! So lässt sich das Wellness-Gefühl noch um einiges steigern. Heike Gessulat

Fotografie: Antonia Jenner für Joi-Design und AHGZ