WAS GIBT'S **NEUES** IM **SPA?**

1 ***HILFE BEI LIEBESKUMMER*** Wellness › streichelt unsere Seele: Wir fühlen uns geborgen, umsorgt und glücklich entspannt. Bei Herzschmerz fehlt uns all das. Und genau hier setzt ein neues Spa-Konzept gegen Liebeskummer an, bei dem es ausschließlich darum geht, den Mensch dabei zu unterstützen, sich zu regenerieren und (wieder-) zu finden. Die Hotel-Spas sind nur für Frauen geöffnet, ein Ärzte- und Coaching-Team steht für individuelle Beratungen zur Verfügung, und wer sich vor der Massage auspowern möchte, kann das mit Sportkursen und Outdoor-Aktivitäten tun (z. B. in „Schüle's Gesundheitsresort und Spa" in Oberstdorf, www.schueles.com).

2 ***EIN BAD IM SAND*** Psammotherapie heißt eine neue Anwendung, die auf einer langen Tradition beruht – die therapeutische Wirkung von Sandbädern nutzt man in Fernost und Nordafrika schon seit Jahrhunderten. Auf Baumwollhandtüchern legt man sich in eine Wanne oder eine Art großen Sandkasten, der mit rund 50 Grad warmen, feinen Körnchen gefüllt ist. Diese können Wärme sehr lange speichern, sodass sich allein durch das bloße darin Liegen die Muskeln entspannen und Stress von einem abfällt (z. B. „Sport- und Kurhotel Sonnenalp" in Ofterschwang, www.sonnenalp.de)

3 ***MARSALA*** Auch das Ambiente hat einen großen Einfluss auf unser Wohlgefühl, deshalb findet man in Spas z. B. so viele Naturmaterialien wie Holz oder Stein. Sie geben den Räumen eine Atmosphäre von Ruhe. Und die Farben? Der Deutsche Wellnessverband empfiehlt aktuell vor allem „Marsala", die Pantone-Farbe des Jahres 2015. Warum? Der warme Rot-Braun-Ton spendet Kraft, vermittelt Wärme und Geborgenheit – und all das können Sie sich ganz unkompliziert auch nach Hause holen, mit entsprechenden Accessoires oder einem neuen Anstrich.

Entspannung nach Maß: Spezielle Apps können die Daten-Basis dafür liefern

INTERVIEW

WIE WIRD EIN WELLNESS-TAG WIRKLICH ERHOLSAM?

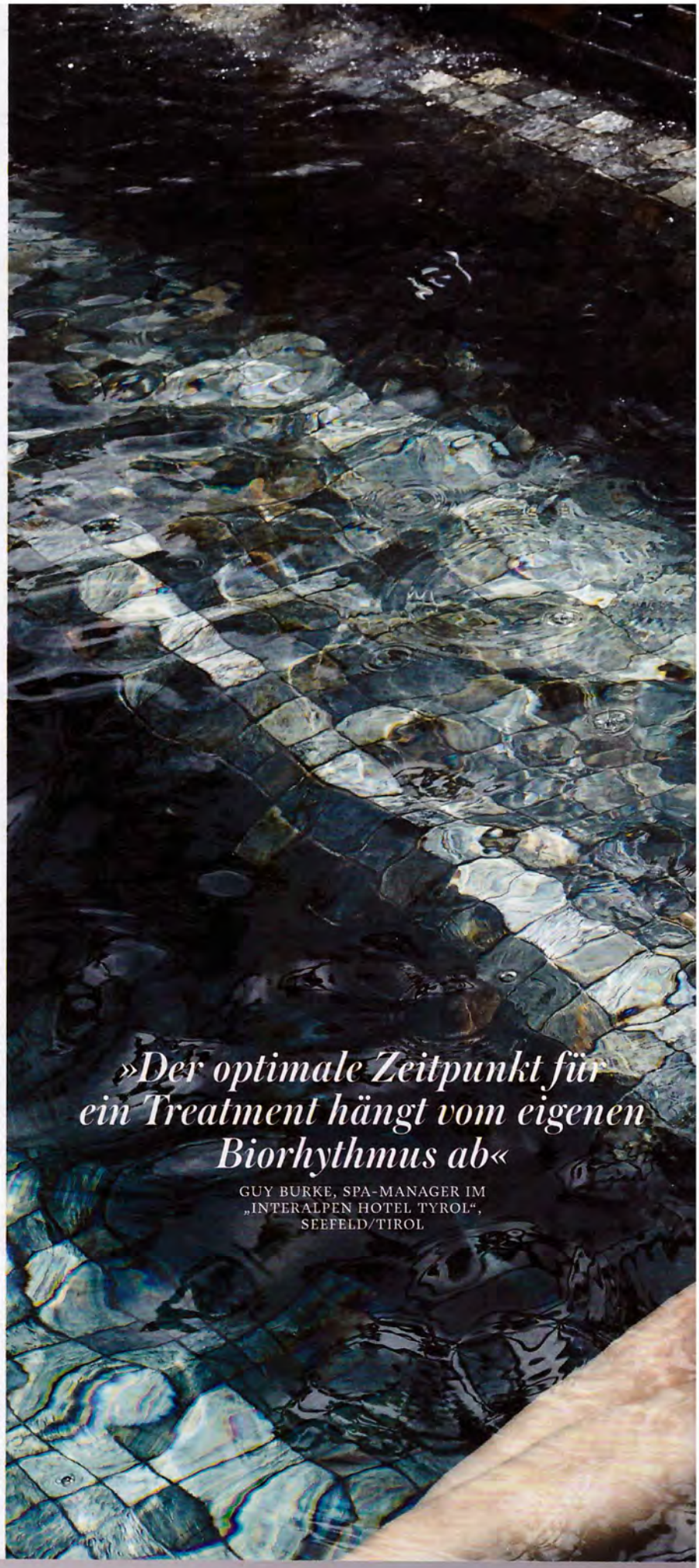
Wir fragten GUY BURKE – er wurde vom Deutschen Wellnessverband als „Spa-Manager des Jahres" ausgezeichnet

Nach einer Spa-Behandlung legt man die Füße hoch und trinkt meist noch eine Tasse Tee. Dieses Ruhe-Ritual gehört ganz selbstverständlich dazu. Aber was bringt das eigentlich?
Durch ein Treatment bekommt der Körper bestimmte Reize, und um diese Informationen richtig verarbeiten zu können, braucht er etwas Ruhe. So erhält man den größtmöglichen Entspannungseffekt, der dann auch länger anhält. Gerade heute ist das sehr wichtig. Wir stumpfen gegenüber unseren eigenen Empfindungen und Bedürfnissen immer mehr ab. Informationen, die uns der Körper gibt, ignorieren wir meist. Und je abgestumpfter wir sind, desto länger dauert es, bis wir uns entspannt fühlen.

Und worauf sollte man nach einer Massage besser verzichten?
Wenn man sich direkt danach beim Sport körperlich verausgabt, bombadiert man den Körper mit neuen Reizen und zerstört so den Entspannungsprozess. Das gilt auch für das Arbeiten. Sich direkt wieder ans Telefon zu hängen oder seine Mails zu checken, ist kontraindikativ. Und wer sich direkt danach den Bauch vollschlägt, kann das entspannte Gefühl auch nicht wirklich lange genießen.

Welche Tageszeit eignet sich am besten für ein Treatment?
Ob man eine Behandlung am Morgen, am Nachmittag oder am Abend genießen sollte, hängt vom eigenen Biorhythmus ab. Wer morgens schwer aus dem Bett kommt, kann eine Massage um 9 Uhr nur schwer genießen. In der letzten Zeit kann man den Trend beobachten, dass die meisten Gäste eine Behandlung nach 16 Uhr wünschen. So kann man vorher noch etwas erleben oder erledigen, dann getrost abschalten und sich fallen lassen.

Was ist Ihrer Meinung nach besonders wichtig, damit sich die Gäste in einem Spa wohlfühlen?
Das A und O ist es, dem Gast gut zuzuhören. Nur so können wir auf individuelle Wünsche eingehen. Und man sollte keine übertriebenen Preise verlangen. Spas, die mehr als 2 Euro pro Behandlungs-Minute verlangen, übertreiben es. ▶



»Der optimale Zeitpunkt für ein Treatment hängt vom eigenen Biorhythmus ab«

GUY BURKE, SPA-MANAGER IM „INTERALPEN HOTEL TYROL", SEEFELD/TIROL

BIKINI LA PERLA

BIKINI LA PERLA **LOCATION** WIR FOTOGRAFIERTEN IM HOTEL „CONSTANCE EPHÉLIA" AUF DEN SEYCHELLEN, WWW.CONSTANCE.COM

WARUM BIETEN SO VIELE SPAS EIGENE BEAUTY-PRODUKTE AN?

Ein neues Stichwort beim Thema Wellness lautet Selfness – die Verbindung von Wohlfühlen und Selbstfindung, von Entspannung und Persönlichkeitstraining. Das suchen nicht nur viele Spa-Gäste, auch die Hotels wollen ihre Individualität auf angenehme Weise betonen. Deshalb begrüßen erste Häuser ihre Gäste jetzt mit eigenem Parfüm und versprühen damit ihre ganz persönliche Note schon an der Eingangstür (z. B. im Hotel „Aviva" in St. Stefan im Walde, Österreich). Andere Hotels setzen auf selbst entwickelte Pflege-Produkte, die es exklusiv vor Ort zu kaufen gibt. Man kann sie bei Wellness-Behandlungen genießen, mit nach Hause nehmen, um das Urlaubsgefühl zu verlängern, und zum Teil auch bestellen (siehe nächste Seite) ▸

Leichtigkeit spüren – sportlich zu schwimmen wäre nach einem Treatment viel zu anstrengend

Auch das Luxus-Hotel „Constance Ephélia" auf den Seychellen hat seine eigene Beauty-linie (mehr auf Seite 84)

ONLINE, OFFLINE: WIE BEEINFLUSST DAS INTERNET DIE SPA-WELT?

Manche Gäste möchten eine netzfreie Zone, andere wollen Treatments, die auf Basis ihrer persönlicher Fitness-Daten konzipiert werden. Zum Glück gibt's für beides entsprechende Angebote

DIGITAL DETOX

In mehr und mehr Spa-Hotels kann man auch buchstäblich abschalten – ein Fingerdruck genügt. W-Lan oder nicht: Das lässt sich über einen lichtschalter-ähnlichen Knopf steuern. Und damit auch keinerlei Strahlung aus dem Nachbar-zimmer die persönliche Detox-Entschei-dung torpediert, sind die Wände mit abschirmendem Metallgewebe versehen (z. B. im „Brenners Park-Hotel & Spa", Baden-Baden, www.brenners.com, oder im „Seehotel Jägerwirt", Turrach, Österreich, www.seehotel-jägerwirt.at).

DIGITAL WELLNESS

Apps und Tools analysieren Fitness- und Vitalfunktionen – und finden reißenden Absatz. Kein Wunder, dass es auch Spa-Gäste zunehmend wichtig finden, dass Hotels solche Daten auswerten können. Laut einer Studie von beauty24, einem Veranstalter von Wellnessreisen in Deutschland, wünschen sich die sogenannten Self-Tracking-Urlauber Anwendungen, die anhand dieser Daten individuell auf sie zugeschnitten werden – und die finden sie z. B. im „Bad Clevers Gesundheitsresort & Spa" in Bad Grönenbach (www.badclevers.de).

GUT ZU WISSEN

WARUM HILFT MUSIK BEIM ENTSPANNEN?

Hawaiianische oder asiatische Zen-Klänge: Ruhige (!) Musik kann die Konzentration von Stress-hormonen reduzieren und dafür die Ausschüttung des sogenann-ten Kuschelhormons Oxytocin anregen. Und weil Geschmäcker nun mal verschieden sind, darf man in vielen Spas die Musik auch selbst aussuchen.

WER MACHT SEIN DING? HOTELS MIT BEAUTYLINIEN

Regionale Inhaltsstoffe wie Frangipani, Edelweiß oder Trauben spielen dabei die Hauptrolle – und lassen sich nicht nur im Urlaub genießen

CONSTANCE EPHÉLIA/SEYCHELLEN

Auf den ersten Blick: Das luxuriöse Resort mit 120 Hektar Gesamtfläche befindet sich auf der Hauptinsel Mahé. In den Suiten und Villen, die teilweise direkt am Strand liegen, genießt man den Blick auf den Strandabschnitt Maribe National Park von Port Launay und den Indischen Ozean – im größten Spa der Region die traumhaften Anwendungen.

Die Beauty-Pflegelinie: Die Massage-Öle, Körperpeelings und -cremes der hauseigenen „U Spa"-Pflege beinhalten Pflanzen und Früchte, die man auf den Seychellen findet – Frangipani, Vanille, Kokosnuss und Aloe vera etwa. Die wunderbar duftenden Produkte geben der Haut Feuchtigkeit, schützen sie vor freien Radikalen und lindern Reizungen.

Verwöhn-Treatment: Die „U Spa"-Beauty kommt bei vielen Behandlungen des „Constance Ephélia" zum Einsatz. Beim „Signature U-Experience Body Treatment" werden zunächst abgestorbene Hautschüppchen mit dem Peeling entfernt, bevor die Haut mit feuchtigkeitsspendenden Creme-Wickeln genährt und seidig gepflegt wird (60 Minuten, ca. 100 Euro).

Fürs Home-Spa: Die Produkte (ab 40 Euro) sind in allen „Constance"-Hotels erhältlich, Kontaktdaten unter www.constancehotels.com

VICTOR'S RESIDENZ-HOTEL SCHLOSS BERG IN PERL-NENNIG/DEUTSCH LAND

Auf den ersten Blick: An der Mosel, inmitten von Weinbergen im Dreiländereck zwischen Deutschland, Luxemburg und Frankreich, bietet das Hotel 105 Zimmer und Suiten in einer mediterranen Villa sowie einem Renaissance-Schloss.

Die Beauty-Pflegelinie: Gemeinsam mit dem Wiesbadener Kosmetikhersteller Galvagni und dem Weingut Schmitt-Weber aus Perl wurden die hotelexklusiven Produkte entwickelt. Hauptinhaltsstoff ist die Rebsorte Auxerrois, die in den Weinbergen rund ums „Victor's" wächst. Prall gefüllt mit Antioxidantien sollen die Cremes die Haut vor schädlichen Umwelteinflüssen schützen, während sie das Vitamin E des Traubenkernöls mit Feuchtigkeit versorgt.

Verwöhn-Treatment: Bei der Behandlung „Victor's Vinum Spa Delux" gibt es nach einem Bad mit mineralstoffreichem Traubenkern-Badezusatz erst einmal ein Glas Auxerrois und frische Trauben als Einstimmung auf die folgende Körperbehandlung. Bei dieser wird die Haut dann mit einem Trauben-Salz-Peeling und einer Traubenkernöl-Ganzkörpermassage verwöhnt. Zum Abschied bekommt man einen Tiegel der Auxerrois-Creme geschenkt (150 Minuten, ca. 175 Euro).

Fürs Home-Spa: Peeling und Creme (je 19 Euro) können telefonisch oder per Mail direkt beim Hotel bestellt werden. Kontaktdaten unter www.victors.de

ADLER DOLOMITI SPA & SPORT RESORT IN ST. ULRICH/SÜDTIROL

Auf den ersten Blick: Außenrum die imposante Bergwelt der Dolomiten, die von der Unesco zum Weltnaturerbe ernannt wurden, drinnen bietet das Fünf-Sterne-Haus insgesamt 29 Junior-Suiten, Pools und Saunen. Und wer aktiv werden möchte: Das Wander- und Skigebiet Seceda liegt vor der Haustür.

Die Beauty-Pflegelinien: Die Naturkosmetik-Pflegeserie „Dolomites" basiert auf Edelweiß und Himbeeren aus der Südtiroler Bergwelt und wirkt besonders bei sensibler Haut schnell beruhigend und reizlindernd. Die Linie „Tuscany" wiederum ist mit Extrakten der roten Weintraube, Olivenöl, Milch und Honig aus der Landschaft des Val d'Orcia in der Toskana perfekt für die etwas reifere Haut. Sie geben wieder mehr Elastizität, Geschmeidigkeit und Glanz.

Verwöhn-Treatment: Die Früchte, die für die Pflegeprodukte des „Adler Himbeer-Rituals" verwendet werden, wachsen an Waldrändern in Gebirgszonen von bis zu 2000 Höhenmetern und haben dort besonders gute Schutzmechanismen entwickelt. Bei einem Ganzkörperpeeling und einer Körpermassage entfalten sie ihre vitaminisierende und besänftigenden Qualitäten, spenden der Haut Feuchtigkeit und stärken ihre Schutzbarriere (50 Minuten, ca. 81 Euro).

Fürs Home-Spa: Alle Produkte (ab ca. 23 Euro) sind in den Hotels selbst oder über den Online-Shop auf www.adler-shop.com erhältlich.

GRAND HOTEL HEILIGENDAMM AN DER DEUTSCHEN OSTSEE

Auf den ersten Blick: Zwischen Bad Doberan und Kühlungsborn, direkt am weißen Strand liegt das älteste deutsche Heilbad, heute ein luxuriöses Fünf-Sterne-Haus. Neben den sechs ehrwürdigen klassizistischen Hotel-Gebäuden mit insgesamt 181 Zimmern und Suiten gehört auch die historische Seebrücke zum Ensemble.

Die Beauty-Pflegelinie: Grundlage der Produkte sin regionale Pflanzen wie Thymian, Eukalyptus, Waldkiefer, Minze, Lindenblüte und Wilde Möhre. Gestüt auf wissenschaftliche Studien der Universität Rostoc hat das Haus zusammen mit dem Südtiroler Naturkosmetikhersteller Vitalis Dr. Joseph einen Balsam, ein vitalisierendes Aromaöl und eine Kompresse au Bienenwachs entwickelt, die die Atemwege befreier und neue Energie schenken sollen.

Verwöhn-Treatment: „Auftanken" heißt die neue Behandlung, bei der die Produkte des Hotels zum Einsatz kommen. Bei der atmungsaktiven Massage mit hoteleigenen Pflegeprodukten werden speziell Massagegriffe mit Dehnungen und Atemführung kombiniert. Dadurch werden Atempausen verlängert, um dabei tief liegende Verspannungen in der Faszien zu lösen. Das Treatment soll vitalisierend und stimmungsaufhellend wirken und die allgemeine Beweglichkeit verbessern. Eine Bienenwachskompresse und ein duftendes Lindenblütenkissen auf der Brust beruhigen die Atemwege (60 Minute ca. 110 Euro).

Fürs Home-Spa: Die Produkte (ab ca. 19 Euro) kann man im „Heiligendamm" kaufen oder telefonisch bzw. per E-Mail bestellen. Kontaktdaten unter www.grandhotel-heiligendamm.de