



Spa direkt | Branche

Ein Stück Urlaub für zuhause

Von **Katja Köstler** - 23. September 2026



Eigenmarken im Hotel-Spa

Ein geschärftes Profil ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor für Wellnesshotels. Mögliches Instrument dafür ist eine Eigenmarke im Spa. Eine individuelle Kosmetiklinie, abgestimmt auf Philosophie und/oder Ausrichtung des Hauses, vermittelt dem Gast nicht nur ein Gefühl von Exklusivität, sondern verlängert das Markenerlebnis vom Treatment im Spa über das Verkaufsprodukt bis ins heimliche Badezimmer.



Stephanie Rist und Susanne Kaufmann (v.l.) führen das Hotel Post Bezau gemeinsam. Hier befindet sich nicht nur das Flagship Spa, sondern auch die Keimzelle der erfolgreichen Kosmetikmarke. (Foto: Angela Lamprecht)

Unterstützung vom Stammgast

Andere Hoteliers holen sich beim Entwickeln eigener Kosmetikmarken Unterstützung von außen. Im 5-Sterne-Haus Das Edelweiss Salzburg Mountain Resort spielte Gastgeberin Karin Hettegger der Zufall in die Hände: Unter ihren Stammgästen war auch die Pharmazeutin Monika Wirnsperger-Machner aus Graz. „Eines Tages erzählte ich ihr von meiner Idee, eine eigene Linie zu kreieren, und fragte sie, ob sie sich vorstellen könnte, diese gemeinsam mit uns zu entwickeln“, erinnert sich Karin Hettegger. So entstand unter dem Claim „Die Kraft deines Lebens“ die Linie Edelweiss Natur. Sie umfasst Produkte für Gesicht, Körper und Füße und vereint Pflanzenessenzen aus der Großarler Bergwelt sowie ätherische Öle in pharmazeutischer Qualität mit mineralölfreien Texturen. Sie ergänzen das Spa-Sortiment aus zwei etablierten Kosmetikmarken und stärken die Identifikation der Gäste mit dem Haus. „Es freut mich jedes Mal aufs Neue, wie viel Vertrauen sie in die Linie setzen und wie sie zunehmend Anklang findet“, resümiert Karin Hettegger. Auch vom Spa-Team werde sie mit großer Überzeugung eingesetzt und empfohlen.



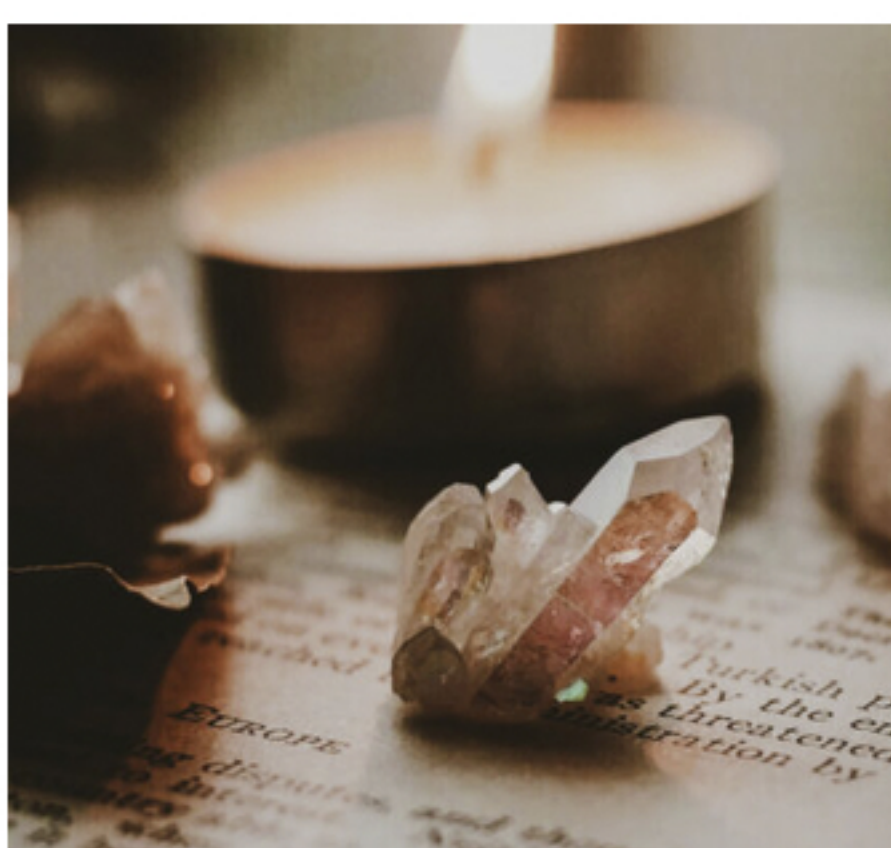
Die Produkte des Edelweiss Salzburg Mountain Resort vereinen Pflanzenessenzen und ätherische Öle in pharmazeutischer Qualität mit mineralölfreien Texturen. (Foto: Dengler_Matthias)

Mit Wasser aus dem Bergsee

Der Weiherhof am Südtiroler Ritten nahm die Hautpflegemarke Vitalis (heute Team Dr. Joseph) 2013 mit ins Boot, um die Hausmarke BergSea zu entwickeln. Die Kooperation lag nahe, schließlich arbeitete das Team des Sea Spa schon lange mit der ganzheitlichen, pflanzenbasierten Kosmetik aus dem nahegelegenen Bruneck. „Für uns ist das eine sinnvolle Ergänzung“, erklären die Inhaber Klaus und Manuela Pichler. „Je nach Behandlung können wir so gezielt auf unterschiedliche Bedürfnisse eingehen.“ Das Besondere an der BergSea-Linie: Zentraler Bestandteil ist das Wasser des nahen Wolfsgrubner Sees. „Er ist für viele unserer Gäste wesentlicher Teil ihres Aufenthalts. Sie baden darin und schätzen seine besondere Wasserqualität. Dass genau dieses Wasser auch Bestandteil unserer eigenen Naturkosmetiklinie ist, macht BergSea für sie authentisch.“ Rein betriebswirtschaftlich schränken die Pichlers allerdings ein: „Als kleines 4-Sterne-Hotel mit nur 23 Zimmern haben wir vergleichsweise geringe Abnahmemengen, wodurch die Produktion entsprechend kostenintensiv ist. BergSea ist für uns deshalb weniger ein Produkt zur Gewinnmaximierung als vielmehr ein wichtiger Teil unserer Identität und unseres Gesamtkonzepts.“

USP und zusätzlicher Umsatz

Auch das Bergkristall in Oberstaufen/Allgäu hat in der Nähe einen Kooperationspartner gefunden: Die 2025 lancierte Premium-Naturkosmetiklinie Ewig by Bergkristall entstand in enger Zusammenarbeit mit Dr. David Hauck. Der Medizinerwissenschaftler mit Fachrichtung Pharmazeutische Chemie hat sich nicht nur in der Forschung und Wirkstoffentwicklung einen Namen gemacht, sondern stellt auch eigene Kosmetik her. „Uns war wichtig, nicht einfach bestehende Produkte mit unserem Namen zu versehen, sondern eine Linie zu entwickeln, die in ihrer Zusammensetzung und Wirkung unseren eigenen Ansprüchen entspricht“, sagt Sabine Lingg, Gastgeberin des 4-Sterne-Superior-Hotels. Entstanden ist eine Linie, die natürliche Inhaltsstoffe mit moderner Wirkstoffkosmetik verbindet.



(Foto: Guenter-Standl)

Lohnhersteller und White Labels

Es gibt Unternehmen, die sich explizit auf die Konzeption und Entwicklung von Kosmetikeigenmarken für Kunden aus der Wellnesshotellerie spezialisiert haben. Während Lohnhersteller individuelle Rezepturen und Produkte nach den Wünschen Ihrer Kunden entwickeln und herstellen („Private Label“), greifen White-Label-Anbieter auf ein bestehendes Sortiment zu, das dann nach Kundenwunsch gebrandet wird. Galvagni Kosmetikmanufaktur bietet beides an. Zugleich erklärt CEO Gerlinde Galvagni, dass komplett neue Entwicklungen sich aufgrund der Kosten, der EU-Regularien und der Mindesteinkaufsmengen für promotionelle Rohstoffe häufig erst ab 1000 Stück lohnen. Auch bei der Dauer der Umsetzung bestünden Unterschiede: Während White-Label-Linien innerhalb von wenigen Tagen umgesetzt werden könnten, dauere es bei Produktentwicklungen drei bis neun Monate. Die rund 100 verschiedenen White-Label-Produkte des Unternehmens können bereits ab 12 Stück individuell gebrandet werden. Private Label-Produkte werden ab 100 Stück individualisiert, wenn bestehende Formulierungen mit neuen Inhaltsstoffen und/oder Düften weiterentwickelt werden. Ganz neu im Sortiment sind Produkte aus dem Bereich Chrono Beauty Technology, die den Tag-Nacht-Rhythmus berücksichtigen. Der Service von Galvagni Kosmetikmanufaktur endet nicht bei der Produkt- und Verpackungsentwicklung sowie der Produktion, sondern umfasst auch die Unterstützung beim Marketing und der Positionierung – bis hin zu Testern, Proben oder Flyern. Auch Kabinengrößen fürs Spa sind erhältlich. Zu den Kunden gehören 4- und 5-Sterne-Häuser wie das Stock Resort, das Naturhotel Forstthofgut oder der Lindenvirt.

Die Private Label Cosmetic Company, kurz PLCC, hat sich auf individuelle Kosmetikprodukte für Marken, Hotels und Unternehmen spezialisiert. Das Spektrum des Unternehmens reicht von Amenities und Kabinenware für Spa-Treatments über Verkaufsprodukte und Geschenksets bis hin zu eigenständigen Kosmetiklinien. PLCC verbindet dabei Produktentwicklung, Formulierung, Packaging, Herstellung, Qualitätssicherung, Regulatory Affairs und Projektmanagement. Neben über 200 Ready-to-go-Formulierungen entwickelt das Unternehmen aus Karlsfeld bei München auf Wunsch auch individuelle Rezepturen. Für Full-Service-Projekte wird ab rund 1000 Stück gearbeitet, wobei Machbarkeit und Kalkulation vom jeweiligen Produkt abhängen. Für eine umfangreichere individuelle Entwicklung sollte man mit sechs Monaten bis zu einem Jahr rechnen. Der Individualisierung sind dabei kaum Grenzen gesetzt, die Produkte sind außerdem „Made in Germany“.



Galvagni Kosmetikmanufaktur entwickelt Kosmetiklinien für renommierte Wellnesshotels, darunter das Stock Resort im Zillertal.

Eine lohnenswerte Entscheidung

Eigenmarken können Ihr Portfolio konventioneller Kosmetikmarken im Spa wunderbar erweitern und ergänzen. Für welche Variante Sie sich bei der Entwicklung einer Eigenmarke entscheiden, hängt letztlich von Ihrer individuellen Zielsetzung und Ihrem Budget ab. Bei der White-Label-Variante sollten Sie zum Einstieg mit rund 5000 Euro Mindest-Invest rechnen, bei Private Labels mit 10 000 Euro – sofern Sie langsam mit wenigen Produkten starten. Während White Labels das mit einer gut finanzierten Lösung darstellen, um sein Profil mit einer an die Region und das Haus angepassten Kosmetiklinie zu stärken, kann man mithilfe eines Private Labels eine eigene Spa- und Markenwelt aufbauen. Dass es sich rentiert, zeigt die positive Resonanz vieler Hotels, die diesen Schritt bereits gegangen sind.

Aufmacherbild: Das Edelweiss Salzburg Mountain Resort/Georg Roske

Abo-Aktion



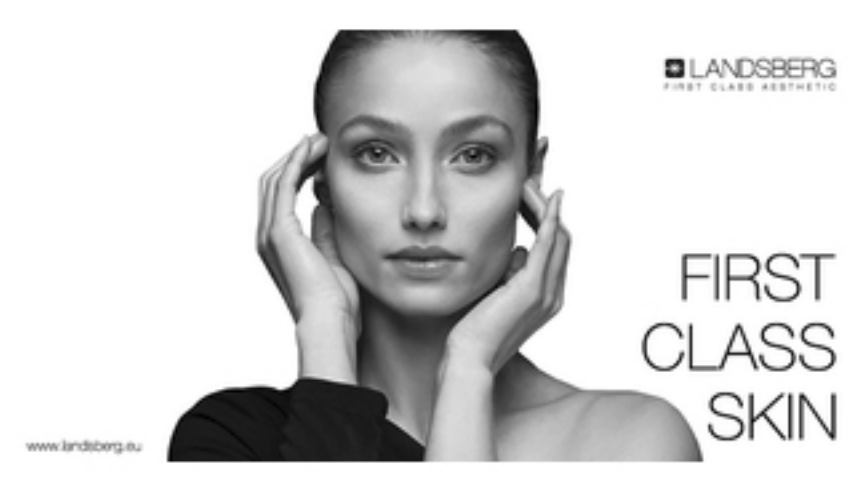
1 Jahr SPA inside lesen – Trunkflasche von MAMEIDO geschenkt.
Die vakuum-isolierte Trunkflasche im angesagten Polka-Dots-Design ist ein idealer Begleiter, um die tägliche Routine auf ein neues Niveau zu heben. Unser Dankeschön für ein **Jahresabo des Wellness-Reise-Magazins SPA inside.**
[Jetzt abonnieren](#)

Das sind unsere SPA Stars 2026



Die besten Wellnesshotels und Spas 2026 sind gekürt! Zum 11. Mal verlieh das Wellness-Reise-Magazin SPA inside aus dem Verlag redspa media in Baden-Baden die SPA Star Awards. Ausgezeichnet wurden herausragende Wellnesshotels für außergewöhnliche Leistungen und Konzepte in 10 Kategorien. [Hier sehen Sie die Gewinner und Nominierten](#)

-Anzeigen-



Die besten Wellnesshotels und Spas 2026 sind gekürt! Zum 11. Mal verlieh das Wellness-Reise-Magazin SPA inside aus dem Verlag redspa media in Baden-Baden die SPA Star Awards. Ausgezeichnet wurden herausragende Wellnesshotels für außergewöhnliche Leistungen und Konzepte in 10 Kategorien. [Hier sehen Sie die Gewinner und Nominierten](#)

-Anzeigen-



Wellness-Reise-Magazin SPA inside aus dem Verlag redspa media in Baden-Baden die SPA Star Awards. Ausgezeichnet wurden herausragende Wellnesshotels für außergewöhnliche Leistungen und Konzepte in 10 Kategorien. [Hier sehen Sie die Gewinner und Nominierten](#)

-Anzeigen-



dem Verlag redspa media in Baden-Baden die SPA Star Awards. Ausgezeichnet wurden herausragende Wellnesshotels für außergewöhnliche Leistungen und Konzepte in 10 Kategorien. [Hier sehen Sie die Gewinner und Nominierten](#)

-Anzeigen-

