

# der hotelier

25. September 2010

DAS IDEENMAGAZIN IN DER AHGZ



Eine Frau mit vielen Eigenschaften: Carla Caspary, Hotelchefin im 4-Sterne-superior-Hotel Kastenholz, ist hartnäckig, offen und humorvoll

Fotos: Hotel

## Wellness, um durchzuhalten

Von Hendrik Markgraf

Für Männer hat Wellness vorrangig mit Entspannung und Wohlgefühl zu tun. Frauen stellen höhere Ansprüche. Für sie ist Wellness ein ganzheitlicher Zustand, der das Ziel hat, „einen fehlenden Teil der Persönlichkeit zu ergänzen“. Ein Zustand, in dem Körper und Geist in Einklang sind. Das jedenfalls haben die Psychologen vom Rheingold Institut in Köln herausgefunden. Gemeint ist, dass zum Erreichen von Wellness einige Anstrengung, Aufwand notwendig ist. Nur faul auf der Liege abhängen, reicht nicht.

In eine ähnliche Richtung gehen die Befunde des Zukunftsinstituts in Kelkheim. Sie haben eine (geschlechtsunabhängige) Entwicklung von Wellness zu Selfness ausgemacht: vom Verwöhnen, Verschönern hin zum Wunsch nach Veränderung, die das Körperliche und das Mentale umfasst, Sinnfindung und Spiritualität.

Das ist mit Anstrengung verbunden, mit Körpertraining und gesunder Ernährung, mit (Selbst-)Reflexion. Das Leben ändern, um durchzuhalten. Was wiederum für den Hotelier bedeutet, dass Sauna und Massage als Angebot nicht wirklich reichen.

Auch für Wellness-Produkte hat das Konsequenzen. Sie sollten sich von Produkten des Alltags unterscheiden. Gut geeignet sind Teemischungen oder Düfte. Auch müssen Wellness-Produkte, so die Psychologen von Rheingold, eine erlebbare körperliche Wirkung haben. Das können Säfte sein oder Kosmetika. Computer und Handy sind da eher unangebracht.

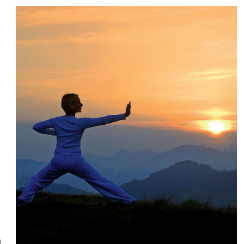
Bei Wellness kommt also allerlei zusammen, wenn man es ganzheitlich sieht. Das stellt hohe Anforderungen an den Hotelier und seine Mitarbeiter. Mehr darüber ab Seite 6.

### Aus dem Inhalt

**Kärnten** Die Gäste sollen strömen. Neue Hotelideen in Österreichs südlichem Bundesland reichen von Privatköchen, die ins Luxusapartment kommen und vor den Augen der Gäste kochen, bis zum Kräuterbad im traditionellen Heuschöber. **Seite 4**



**Wellness** Ein bisschen Spa muss sein? Wer so denkt, hat schon verloren. Wenn schon, dann richtig. Neue Wellness-Angebote setzen auf Konzepte für Gäste, die mehr suchen als bloß eine Massage. Das A und O ist dabei qualifiziertes Personal. Der Hotelier bringt Licht in den Weiterbildungschungel. Ein „spezial“. **Seite 6**



## Die Kämpferin

Carla Caspary stellt sich den Herausforderungen. In 60 Jahren hat sich das Hotel Kastenholz in der Eifel vom Familienhaus zum 4-Sterne-superior-Hotel entwickelt. Jetzt setzt die 30-jährige Geschäftsführerin ihre Idee von einem neuen Gesundheitszentrum um.

Von Heike Kinkopf

**S**ie ist ehrgeizig, selbstbewusst, zielstrebig. Carla Caspary ist das Unternehmertum quasi in die Wiege gelegt worden. Als Geschäftsführerin leitet die 30-Jährige die Geschicke des Hotels Kastenholz in Wershofen in der Eifel. Der Familienbetrieb hat sich mit den Jahren zu einem 4-Sterne-superior-Haus entwickelt, nur wenige Kilometer vom Nürburgring entfernt. Und auch wenn die Zeiten alles andere als rosig scheinen: Carla Caspary bleibt am Ball. „Ich glaube, dass man alles erreichen kann“, sagt sie bestimmt. Ihr Ziel: Das Business- und Wellness-Hotel Kastenholz soll eine führende Adresse auf dem Gesundheitsmarkt werden.

Die Neuausrichtung resultiert auch – aber nicht nur – aus der wirtschaftlichen Situation. 2009 war ein „schwieriges Jahr“, gibt Caspary frank und frei zu. Um 40 Prozent brach der Umsatz ein. Weil die Tagungsgäste ausblieben. Die

Hände in den Schoß legen und auf bessere Zeiten hoffen? So verstehen die Casparys, mit im Boot sitzen Mutter Helma und Vater Günter, ihr Geschäft nicht. Sie investierten im Krisenjahr. Gut 300.000 Euro steckte die Familie in den Ausbau des Hotels. Sie erweitern ihr Angebot um ein neues Gesundheitszentrum auf Basis der F. X. Mayr-Medizin für ganzheitliches Wohlbefinden.

Medical Emotional Relaxation (MER) nennt sich das Konzept. „Die aktive Erhaltung der Gesundheit ist für jeden Einzelnen von uns mehr denn je wichtig“, weiß Carla Caspary. Und wo ließe sich das besser bewerkstelligen als in einer Landschaft mit lauschigen Tälern und sattgrünen Wiesen? Dort, wo sogar ein Damwildpark zum Hotel gehört?

Wershofen im Kreis Ahrweiler liegt auf einer Anhöhe. Schon die Autofahrt sorgt auf den letzten Kilometern bis zum Ort für Entschleunigung. Eine schmale, kurvenreiche Landstraße führt durch einen Wald. Dann öffnet sich die Landschaft und direkt am Ortseingang der knapp 900 Einwohner zählenden Gemeinde grüßt das 4-Sterne-superior-Haus. Strahlend blauer Himmel, ein klarer Wind bläst sanft durch die leise rauschenden Äste der Bäume. Von der Sonnenterrasse des Hotels wandert der Blick über Hügel, Wiesen und Wälder.

Unter der Woche machen Tagungsteilnehmer 50 bis 60 Prozent der Gäste aus. „Das Haus könnten wir jeden Tag voll haben, wenn wir uns die Preise diktieren ließen“, sagt Carla Caspary. Und ein leiser Hauch Trotz ist herauszuhören.



Anzeige





Creative Hotel Cosmetics

ADA Cosmetics International GmbH  
Tel +49 (0) 7853 898 450  
[www.ada-cosmetics.com](http://www.ada-cosmetics.com)