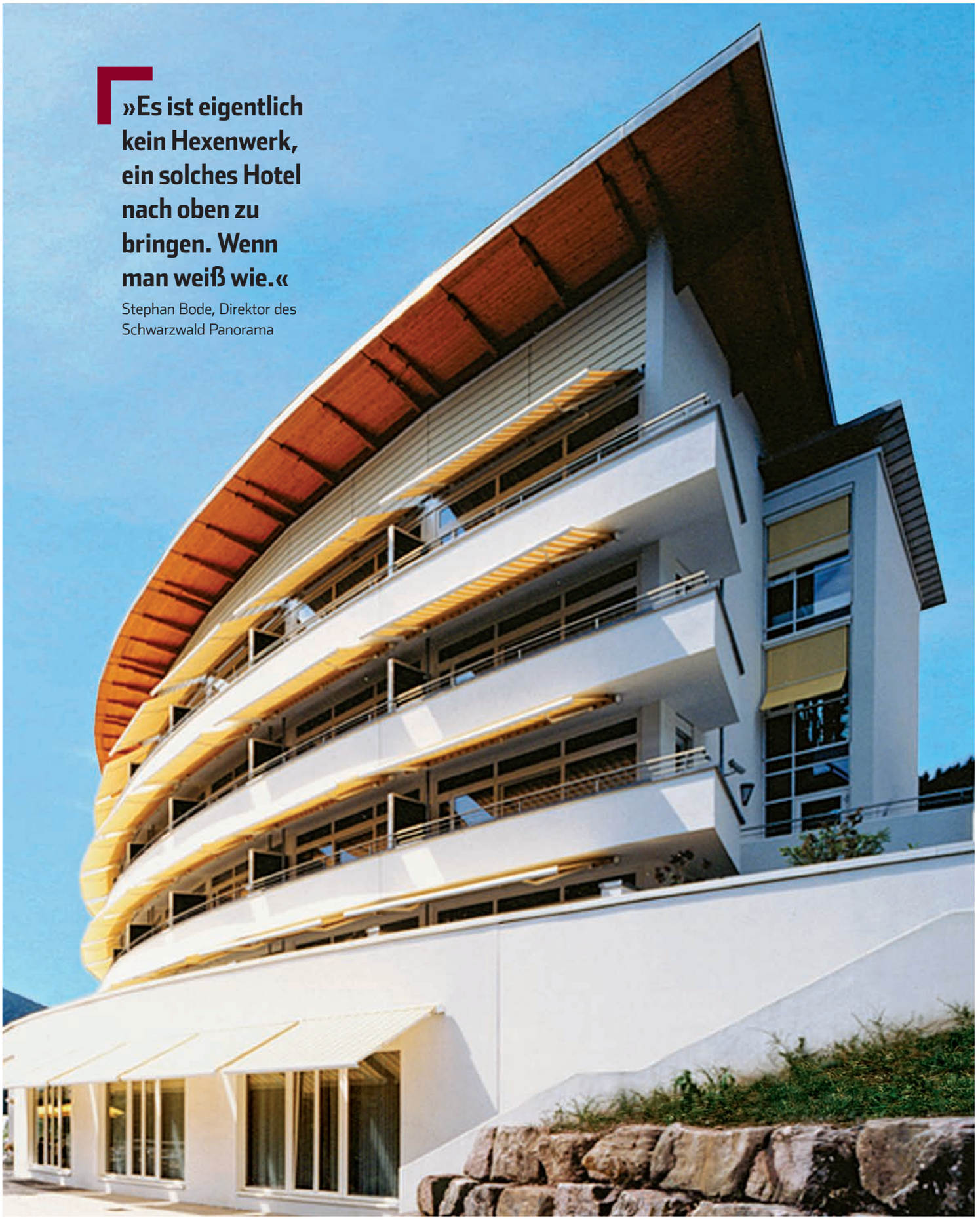


Stephan Bode hat dem Ruland´s Thermenhotel in Bad Herrenalb kein teures Facelifting verpasst, sondern die wahre Schönheit des Betriebes erkannt und mit den richtigen Mitteln betont: Mittlerweile firmiert das Hotel unter dem Namen Schwarzwald Panorama, »Selfness« lautet das neue Konzept

Comeback mit Selfness





»Es ist eigentlich kein Hexenwerk, ein solches Hotel nach oben zu bringen. Wenn man weiß wie.«

Stephan Bode, Direktor des Schwarzwald Panorama

Das waren wir vor wenigen Wochen«, sagt Stephan Bode, zieht einen grünen Hotelprospekt aus einer Mappe und legt ihn auf den Tisch. Ruland´s Thermenhotel ist darauf zu lesen. Das Layout: nicht schön, nicht hässlich, irgendwo zwischen bieder und konventionell. Dann legt der 48-Jährige einen zweiten Prospekt daneben. Weiß in Grau in Rot. Frisch, frei, schlicht. Moderne Gestaltung eben. »Und das sind wir jetzt«, fügt er stolz hinzu.

Was ist passiert, in der Zeit zwischen konventionell und modern? Ein Um- oder Neubau des Hotels? Eine Komplettrenovierung mit beachtlichem Investitionsvolumen? Nichts von alledem. Als Bode Anfang des Jahres den Betrieb als General Manager übernahm, versicherte er gegenüber den neuen Eigentümern, der Acura-Kliniken Baden-Baden GmbH, alle Investitionen aus dem Cashflow herauszuarbeiten. Und genau das hat er getan: Innerhalb eines halben Jahres wurde die Fassade renoviert, der Internetauftritt neu aufgesetzt, die Lobby umgestaltet – kurzum, der Cash floss: Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum verdoppelte der Direktor die Belegung.

Perfekte Basis für einen Hotelier

Das Schwarzwald Panorama – wie das Hotel seit Anfang 2013 heißt – liegt in Bad Herrenalb, einem heilklimatischen Städtchen im Nordschwarzwald. Die Anreise gleicht einer Landpartie, die Urlaubsregion präsentiert sich hier von ihrer schönsten Seite: grüne Wiesen mit grasenden Kühen, kurvige Waldstraßen, würzige Luft und prächtige Nadelwälder, so weit das Auge reicht. Gottverlassen mit Mutter Natur ist man im Nordschwarzwald allerdings nicht, auch wenn es ein wenig so klingt: Karlsruhe, Baden-Baden oder Pforzheim liegen nur 30 Kilometer von Bad Herrenalb entfernt, Heidelberg 80 Kilometer. Das Städtchen selbst ist ein Idyll mit ein bisschen Fachwerk, ein bisschen Gastronomie, ein bisschen Shopping, dazwischen eine Kirche, Spielplätze und die Siebenthäler Therme. Das Vier-Sterne-Superior-Haus selbst verfügt über 89 Zimmer, acht Appartements, ein Restaurant, eine Bar und Tagungsräume. Der Wellnessbereich mit Schwimmbad, Whirlpool, Saunen und Dampfbad wird teilweise mit Thermalwasser versorgt. Zudem gibt es einen direkten Übergang zur angrenzenden Falkenburg Reha-Klinik mit den Fachbereichen Kardiologie und Orthopädie.



»Es geht um den Aufbau einer Unternehmenskultur, die von Mitarbeitern getragen wird, die Spaß und Freude haben, an dem was sie tun.«

Stephan Bode

Zur Person: Stephan Bode

Der 48-Jährige wuchs in Hannover auf. Mit 15 Jahren, in der achten Klasse, ging er von der Schule ab und begann 1980 im Hotel Wienecke eine Ausbildung zum Kellner. Anschließend folgten Wanderjahre in der Schweiz und auf der »MS Europa«, ehe er in Südafrika als Restaurantleiter engagiert wurde. 1990 kam Bode zurück nach Deutschland, arbeitete sich in diversen Betrieben nach oben, vom Restaurantleiter über den Veranstaltungsmanager und F&B Manager bis hin zum Wirtschaftsdirektor. Als Hoteldirektor war der Niedersachse erstmals 1999 im Atoll Ocean Resort auf Helgoland tätig, ehe er 2002 ins Bio-Seehotel Zeulenroda wechselte und dies zu zahlreichen nationalen Awards führte (siehe Foto). Nach Rucksackreisen durch Neuseeland, Australien und Indien wurde er Anfang 2013 als General Manager des Schwarzwald Panorama Bad Herrenalb vorgestellt. Seit September ist er zudem Geschäftsführer der an das Hotel angrenzende Falkenburg-Klinik.



Prinzipiell lag also eine perfekte Basis für ein florierendes Hotelgeschäft vor, doch der Betrieb lief jahrelang sehr schleppend – nach Auskunft von Stephan Bode wurde das Hotel sogar subventioniert. Zuletzt lag das Haus bei einer durchschnittlichen Belegung (Januar bis Juni 2012) von 42 Prozent. Trotz dieser wenig berauschenden Kennzahlen kribbelte es dem Hoteldirektor in den Fingern – nicht zuletzt auch wegen des gut erhaltenen Interieurs, das aufgrund der geringen Frequentierung der vergangenen Jahre kaum Verschleiß aufwies. Es dauerte nicht lange und Stephan Bode, der sich gern »von seinen inneren Bildern nährt«, hatte ein neues Konzept und Leitbild für das Hotel vor Augen.

Selfness im Ländle

Die Idee zur neuen konzeptionellen Aufstellung des Hauses kam ihm wie ein Geistesblitz – wie seinerzeit im Bio-Seehotel Zeulenroda. Drei Jahre war er in dem Thüringer Betrieb als Hoteldirektor beschäftigt, als er 2005 das Rauchen aufgibt. Er beginnt Sport zu treiben, sich bewusst zu ernähren und fragt sich plötzlich, ob »Bio« nicht das neue Leitbild des Hotels werden könnte. Gedacht, getan: Das »Ausgewählte Tagungshotel zum Wohlfühlen« wurde nach und nach umgestellt, das Konzept begann zu fruchten und sorgte in puncto Nachhaltigkeit für Aufsehen in der Branche.

Nicht nur mit Wellness, sondern mit Selfness will das Schwarzwald Panorama seine Gäste nachhaltig begeistern

Das Schwarzwald Panorama ist für den General Manager nun die konsequente Weiterentwicklung dieser Marschrichtung, was nicht nur an der neuen Ausgangssituation liegt, sondern auch an der hiesigen Mentalität: »In Thüringen fühlte ich mich oft wie ein Ochse auf dem Acker, der den Karren zieht. Wenn man im Schwarzwald von Slow Food, Klimawandel oder Fair Trade spricht, dann stößt man auf Offenheit. Das ist wichtig, wenn man neue Wege beschreitet.«

Selfness also. Allein schon der Begriff hat Vorteile, schließlich ist das Thema noch nicht ausreichend besetzt. Der Trend ist formbar, ausbaufähig und noch lange nicht so überstrapaziert wie Wellness. Mittlerweile werden ja sogar aromatisierte Mineralwässer als Wellnessdrinks beworben, Schuhproduzenten haben Wellnessmodelle im Sortiment und der Deutschen liebstes Kind, dem Auto, wird mancherorts »Car-Wellness« zuteil. Der Wellnessmarkt ist überschwemmt mit Angeboten und auch die Hotellerie überschlägt sich mit Wohlfühl-Arrangements. Aus der Masse hervor sticht nur, wer mit frischen Ideen zu überzeugen weiß. Einerseits. Andererseits haben Wellness und Selfness zwar Schnittmengen, sind aber im Kern doch grundverschieden.

Selfness setzt dort an, wo Wellness aufhört und ist vielleicht die Fortentwicklung davon. Ein Teil der Bevölkerung hat bereits begriffen, dass man vom bloßen Konsum der Wellnessprodukte nicht schlank, schön, sportlich, pfiffig, tiefenentspannt oder glücklich wird. Das ist mit Hotelarrangements nicht anders. Mögen die Versprechungen aus den Werbebroschüren kurzzeitig in Erfüllung gehen, die Energiereserven sind nach einem Urlaub schnell aufgebraucht, die Gelenk- und Muskelschmerzen kehren zurück, die Nerven liegen rasch wieder blank.

Der Anspruch des Selfness-Gastes ist hingegen, etwas Dauerhaftes aus dem Urlaub mit nach Hause zu nehmen, nicht nur schöne Erinnerungen, sondern eine neue Geisteshaltung, die nach Möglichkeit blüht und weitere Knospen treibt. »Dauerhafte Selbstveränderung« nennt es Zukunftsforscher Matthias Horx, der den Begriff »Selfness« vor knapp zehn Jahren maßgeblich prägte. Neue Bewegungstherapien, Entspannungsmethoden oder Fitnessprogramme möchte der Gast ausprobieren, erlernen und auch nach dem Urlaub fortführen. Er möchte seine Ernährung umstellen, Kompetenzen und Strategien zum Wohlbefinden im Alltag erhalten. Der Selfness-Gast will darüber hinaus ein selbstbestimmtes gesundes Leben führen und sich ganzjährig gut fühlen, nicht nur während und kurz nach dem Urlaub. Dafür sucht er Ankerpunkte und Inspiration.

»Mir gefällt darin die gehörige Portion Egoismus, der Ich-Bezug der Gäste. Diese Menschen kümmern sich um sich selbst,

Schwarzwald Panorama

Rehteichweg 22
D-76332 Bad Herrenalb
Telefon 07083-927-0
www.schwarzwald-panorama.com
Kategorie ☆☆☆☆ superior
Direktion Stephan Bode
Logis 88 Zimmer, 1 Suite, 8 Appartements
Preise EZ ab 99 €, DZ ab 139 €, Appartements ab 169 €, Suite ab 199 €

sie sind sich wichtig, sie wollen für sich die bestmögliche Qualität, nicht nebenbei, nicht beiläufig, sondern bewusst«, sagt Bode, legt beim Sprechen die Arme um sich und umarmt sich kurz selbst.

Medizin, Nachhaltigkeit und Tagung

Was hat Bode also getan, als er ohne finanziellen Spielraum und mit nichts als seinem neuen Konzept in der Tasche das Ruland´s Thermenhotel betrat? Er begann sofort das offensichtliche Potenzial des Betriebes freizulegen. Er suchte und förderte die Kommunikation mit der Gemeinde. Er knüpfte Kooperationen im Onlinebereich, ließ sich von Vereinigungen zertifizieren. Und er vermittelte Basiswissen bezüglich Nachhaltigkeit und Selfness. Überrascht war der General Manager darüber, mit welcher Offenheit er von Gesellschaftern und Bürgern aufgenommen wurde, weswegen er auch nur wenig Widerstände zu überwinden hatte. Abgesehen von den Mitarbeitern vielleicht, denn nach und nach verließen mehrere Angestellte den Betrieb, teilweise trennte sich das Hotel von ihnen: »Es geht um den Aufbau einer Unternehmenskultur, die von Mitarbeitern getragen wird, die sich mit Wertschätzung und Respekt, mit Verstand und Herz begegnen, die Spaß und Freude haben, an dem was sie tun. Nur dadurch kann eine einmalige Atmosphäre entstehen, die auch die Gäste trägt.«

Der Hoteldirektor baute zusätzlich eine aktive Zusammenarbeit mit der Klinik auf, in der mittlerweile kardiologische Checkups zur Beratung und gezielten Gesundheitsvorsorge angeboten werden. Aber auch Türen zur Alternativmedizin stieß Bode auf. In einem neuen Zentrum für Traditionelle Chinesische Medizin (TCM) liegt der Schwerpunkt auf Kräuterheilung, Zungendiagnostik oder Akupunktur. Seit Juli ist außerdem eine festangestellte Yogalehrerin im Betrieb tätig.

Auch wurden die ersten Schritte zu einer konsequenten Ausrichtung des Betriebs in puncto Nachhaltigkeit gemacht – kein Überbleibsel aus alten Tagen und auch kein konzeptioneller Querschläger, wie Bode findet: »Bildlich gesprochen: Die Gäste wollen einfach nicht, dass unter Knut die Eisscholle wegschmilzt. Sie wollen auch im Urlaub das Gefühl haben, zum Klimaschutz beizutragen. Das ist ein ganz klares egoistisches Motiv und passt gut zu Selfness.« Mittlerweile handelt das Hotel nach der Prämisse »Global denken, regional handeln«. Der Schadstoffausstoß wird reduziert, energiesparende Technik angeschafft, Kosmetiklinien werden der Nachhaltigkeit untergeordnet. 70 Prozent der verarbeiteten Lebensmittel sind biozertifiziert und stammen von Verbänden mit strengen Richtlinien, die übrigen 30 Prozent kommen von regionalen Erzeugern.

Und wenngleich sich das Hotel noch in den Startlöchern befindet, wurde zu guter Letzt auch der Tagungsbereich neu aufgestellt. In Zukunft werden nicht nur Seminare ausgerichtet, sondern aktiv angeboten – darunter auch »Green Meetings«, weitestgehend klimaneutrale Veranstaltungen. »Campus« nennt Bode diesen Bereich, da der Begriff für ihn das »Lernen auf hohem Niveau, lernen in einer lernzielfördernden Atmosphäre« verkörpert. Besonders der oberste Konferenzsaal, rundum verglast, sorgt hier bei einer Begehung für Aufsehen: Das Schwarzwaldpanorama und der Ausblick auf Bad Herrenalb wirken fast wie eine Fototapete. Bode scheint selbst kurz gebannt: »Es ist kaum vorstellbar, dass dieses Haus quer finanziert wurde. Denn eigentlich ist es kein Hexenwerk, ein solches Hotel nach oben zu bringen. Wenn man weiß wie.«

HANNES FINKBEINER





Fernblick inklusive – sowohl aus dem Veranstaltungskomplex »Campus« als auch aus den 89 Gästezimmern