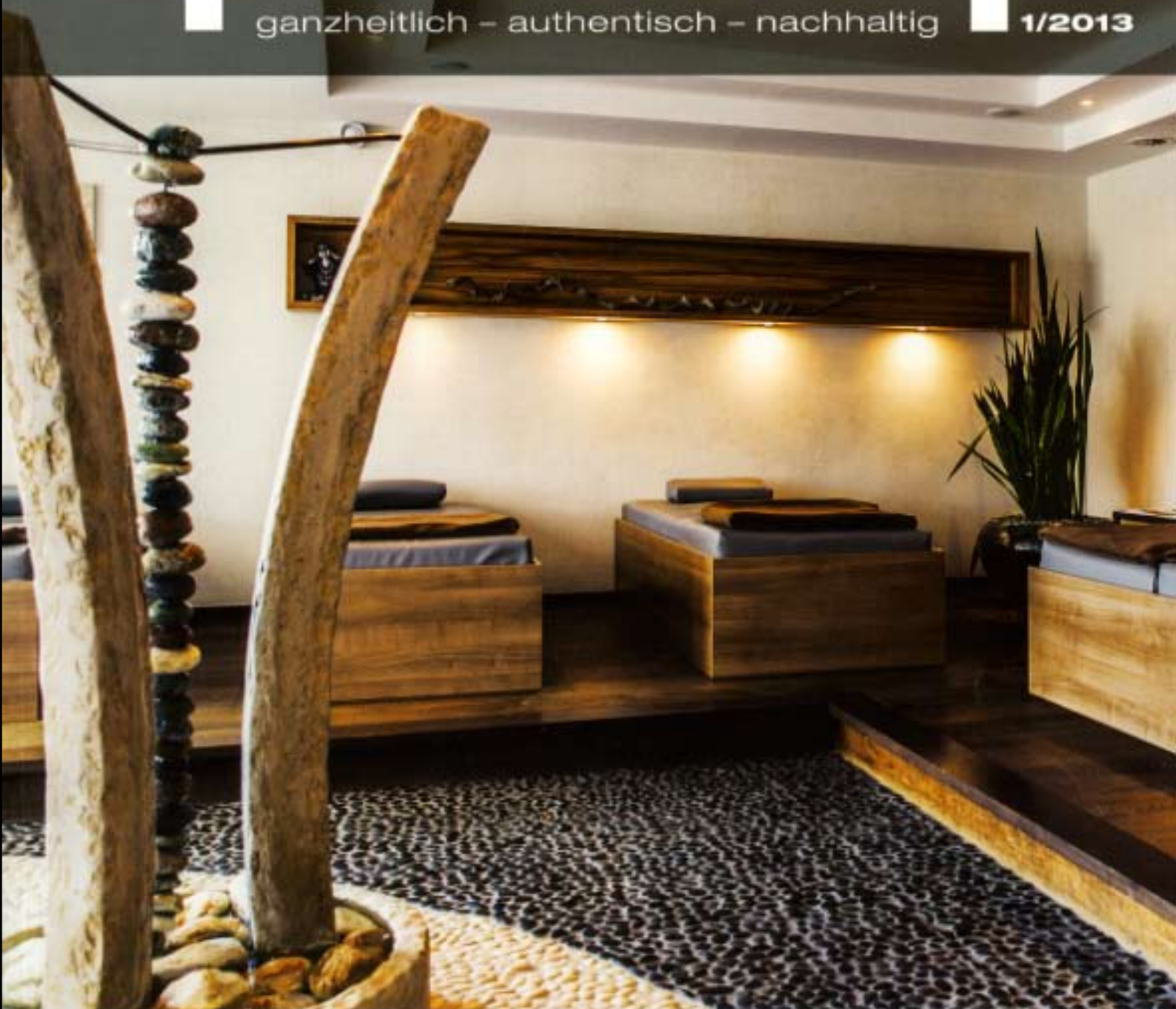


Ausgabe Deutschland, Österreich, Schweiz, Südtirol

# spa concept

ganzheitlich – authentisch – nachhaltig

1/2013



Teilbild: Bergkristall – Natur und Spa

**360°-Blick: Bergkristall – Natur und Spa**

## Zeit & Raum

» S. 24



Seite 36

**Sound:**  
**Wolfgang Falkner**  
 nennt Strategien  
 für Spas



Seite 40

**Innovationen:**  
**Martina Schumann**  
 gibt Tipps für die  
 Umsetzung



Seite 46

**Kosmetik:**  
**Margot Esser**  
 setzt auf kraftvolle  
 Pflanzen





Bergkristall – Natur und Spa, Oberstaufen

# Zeit & Raum



*Den Alltag vergessen und sich wirklich erholen: Dafür bietet das „Bergkristall – Natur und Spa“ in Oberstaufen Zeit und Raum. Vor der Kulisse der Allgäuer Alpen beschert die harmonische Verbindung von Wellness, Bewegung und Genuss den Gästen ein neues Lebensgefühl.*

Inhalt	
Hotelporträt: Quelle für Kraft und Energie	26
Spa-Konzept: Die Natur ins Spa holen	28
Betriebswirtschaft: „Die Nase im Wind, das Ohr am Gast“	30
Marketing: Onlinemarketing steht an erster Stelle	32

Foto: Bergkristall – Natur und Spa

Foto: Bergkristall – Natur und Spa





Seit 1993 führen Hans-Jörg und Sabine Lingg das Hotel

## Hotelkonzept mit Nähe zur Natur

# Quelle für Kraft und Energie

„Unsere schönste Tradition heißt Gastfreundschaft“ – dieses Motto beherzigen Hans-Jörg und Sabine Lingg im „Bergkristall – Natur und Spa“ jeden Tag. Die persönliche Note und die familiäre Atmosphäre sind zentrale Erfolgsbausteine des Wellnesshotels, das seinen Gästen Zeit und Raum für sich selbst gibt.

Der ehemalige Landwirtschaftsbetrieb in Oberstaufen im Allgäu befindet sich bereits seit über 250 Jahren im Besitz der Familie Lingg. Aus der kleinen Brotzeit-Einkaufsstube „Bergstübli“ auf dem idyllischen Bauernhof wurde zunächst ein Ferienhotel. „1997 haben wir dem Haus dann eine neue Ausrichtung gegeben und uns gezielt als Wellnesshotel positioniert. Damit waren wir die Ersten in der Region, die Wellness als Konzept aufgefasst haben“, blickt Sabine Lingg zurück. In diesem Zuge wurde das

Hotel in „Bergkristall“ umbenannt. Denn dieser Edelstein gilt als Kraftspender, verleiht Energie und wirkt harmonisierend. „Wir möchten den Gästen helfen, ihre Sorgen während des Aufenthalts zu vergessen“, so Hans-Jörg Lingg. „Um dieses Ziel zu erreichen, kombinieren wir eine familiäre Atmosphäre mit qualitativ hochwertigen Spa-Anwendungen.“

**Bewegung und Ernährung.** Wenn es um Ruhe und Entspannung geht, spielt auch die Natur eine zentrale

Rolle. Bewegung an der frischen Luft soll den Kopf frei machen. Auf geführten Wanderungen zeigen Hans-Jörg Lingg und sein Vater den Gästen die Schönheiten des Allgäus. Darüber hinaus finden regelmäßig Wassergymnastik-, Rücken-, Pilates-, Meditations- und ähnliche Kurse statt. 2013 veranstaltet das Bergkristall über das Jahr verteilt erstmals auch sechs Yoga-wochenenden.

Wellness kann nur ganzheitlich sein, wenn sie nicht nur von außen, sondern auch von innen stattfindet. Die richtige Ernährung gehört zum Wohlfühlen unbedingt dazu. In dieser Hinsicht bietet das Bergkristall eine reichhaltige Auswahl. Während die Genießerpension Gaumenfreuden verspricht, reinigt die Schrothkur den Körper von innen. Das ganzheitliche Naturheilverfahren zur Entgiftung und Entschlackung besteht aus feucht-warmen Körperpackungen, einer vegetarischen, eiweißarmen, salzlosen und kohlenhydratreichen Diät sowie dem periodischen Wechsel von Trocken- und Trinktagen. Oberstaufen ist übrigens der einzige Schrothkurort weltweit. „Als ich im Januar selbst



Ein breites kulinarisches Angebot trägt der Bedeutung der Ernährung für das Wohlbefinden Rechnung



Bewegungsangebote an der frischen Luft sind ein wesentlicher Bestandteil des Wellnesskonzepts

eine Schrothkur absolviert habe und die Gäste das mitbekamen, haben rund 15 von ihnen spontan mitgemacht“, berichtet Hans-Jörg Lingg.

Zwischen den beiden Extremen Genießerpension und Schrothkur bietet das Bergkristall auch die Vitalpension nach Michel Montignac an. Dabei handelt es sich nicht um eine Diät, sondern um eine Ernährungsumstellung. Der Gast muss auf nichts verzichten und orientiert sich bei der Nahrungsaufnahme nicht an den Kalorien, sondern am glykämischen Index. Auf Wunsch wird auch eine gluten- und laktosefreie Ernährung angeboten. „Bei allen Angeboten ist uns Nachhaltigkeit wichtig“, betont Sabine Lingg. „Idealerweise kann der Gast viele Dinge, die er während des Urlaubs in unserem Hotel kennengelernt hat, zu Hause in seinen Alltag integrieren. Dazu bietet sich z. B. die Ernährung nach Montignac an.“

**Gesunder Schlaf.** Ein weiterer Aspekt, der zu wirklicher Erholung unabdingbar dazugehört, ist ein tiefer und gesunder Schlaf. „Trotz seiner enormen Bedeutung für das Wohlbefinden spielt der Schlaf in vielen Well-

nesskonzepten eine untergeordnete Rolle“, erläutert Hans-Jörg Lingg. Seit Dezember 2012 sind zehn Zimmer des Bergkristalls mit einem speziellen Schlafsystem ausgestattet. Dabei kommen nur reine Naturprodukte wie Kautschuk, Kiefernholzer und Schafwolle zum Einsatz. Für die nähere Zukunft plant das Ehepaar Lingg, einen Schlaftest für die Gäste anzubieten. Über ein Stirnband mit Elektroden wird die Qualität des Schlafes gemessen und liefert wichtige Ansatzpunkte, wie sich die Erholung in der Nacht verbessern lässt – ganz im Sinne des ganzheitlichen Wellnessansatzes im Bergkristall. (ds)

### Steckbrief

#### Bergkristall – Natur und Spa

Wilis 8, 87534 Oberstaufen  
Tel. +49 (0)8386 9110,  
www.bergkristall.de

Eröffnet: 1997 (als Bergkristall)

Eigentümer: Hans-Jörg und Sabine Lingg

Kategorie: Vier Sterne Superior

Zimmerzahl: 53

Zimmerpreise: ab 114 Euro

Mitarbeiter  
gesamt: 53

Spa-Leitung: Stephanie Schneider

Behandlungs-  
räume: 10



### WEB-TV

#### Reportage „Bergkristall – Natur und Spa“

Sehen Sie eine Reportage über das „Bergkristall – Natur und Spa“ in unserer Mediathek auf [www.spa-concept.de](http://www.spa-concept.de)





## Weiterentwicklung durch Zuhören und Kreativität

# „Die Nase im Wind, das Ohr am Gast“



*Die familiäre Atmosphäre im „Bergkristall – Natur und Spa“ sorgt nicht nur dafür, dass die Gäste sich wohlfühlen, sondern hat auch für die Weiterentwicklung des Hotels große Bedeutung. Aus dem Austausch mit den Gästen leiten Hans-Jörg und Sabine Lingg immer wieder neue Perspektiven ab und nutzen ihn als Instrument der Qualitätssicherung.*

Die Kunst, ein Wellnesshotel erfolgreich zu führen, besteht für Hans-Jörg Lingg darin, das Konzept und das Angebot ständig weiterzuentwickeln, aber nicht jedem Trend nachzurrennen. „Als Hotelier dürfen einem die frischen Ideen niemals ausgehen. Sonst kann man sein Hotel in zehn Jahren zusperrren“, sagt er. „Damit die Ideen aber auch den gewünschten Erfolg bringen, müssen sie zum Haus passen.“

Außerdem lohnt es sich, auf die Wünsche der Gäste zu hören. Hans-Jörg Lingg legt großen Wert auf den persönlichen Kontakt und das direkte

Gespräch mit den Urlaubern und leitet daraus Verbesserungsvorschläge ab. „Wenn man mit der Nase im Wind und mit dem Ohr am Gast ist, bekommt man viele Inspirationen, wie sich das Angebot optimieren und sinnvoll erweitern lässt“, erklärt Hans-Jörg Lingg.

**Wohlüberlegte Investitionen.** Bei einem Familienbetrieb wie dem „Bergkristall – Natur und Spa“ wollen Großinvestitionen wohlüberlegt sein. Doch auch viele kleine Schritte führen zum Ziel. 1995 wurde das Stammhaus um einen neuen Gebäudeteil erweitert. Elf Jahre später kam ein weiterer Trakt mit 42 neuen Betten hinzu. Dennoch ist kein Bruch sichtbar, die einzelnen Bauabschnitte fügen sich harmonisch ineinander. Die bisher letzte Investition fand im vergangenen Jahr statt, als der Wellnessbereich umgestaltet und deutlich erweitert wurde. „Wir haben 2,5 Millionen allein in die Infrastruktur des Hotels investiert“, erzählt Hans-Jörg Lingg. Mit dem Architekturbüro Alpstein aus Immenstadt pflegt der Hotelier bereits seit dem größten Umbau von

2006 eine enge Zusammenarbeit. „2007 haben wir mit den Planungen für einen Ausbau des Wellnessbereichs begonnen. Als sich dann im vergangenen Jahr die Möglichkeit der Investition bot, konnten wir die Pläne schnell aus der Schublade ziehen und entsprechend umsetzen.“

**Hohe Auslastung, gleichbleibende Preisstruktur.** Seit der Neubau im vergangenen Sommer fertiggestellt wurde, ist die Belegung des Bergkristalls um zehn Prozent gestiegen. Mittlerweile beträgt die Auslastung des Hotels rund 80 Prozent. Aufgrund des Rundum-Angebots aus Wellness, Kulinarik und Sommer- wie Winteraktivitäten in den Allgäuer Bergen ist das Bergkristall jahreszeitlich unabhängig. „Tatsächlich stellen wir fest, dass die Nachsaisonzeiten immer kürzer werden“, so Hans-Jörg Lingg. „Unsere Hauptsaison ging früher von August bis Oktober, jetzt dauert sie bis Mitte November. Auch an Weihnachten und Silvester sowie von Februar bis Mitte März sind wir komplett ausgebucht.“ Die Preisstruktur ist über das gesamte Jahr gleich. „Schließlich bekommen

die Gäste ja auch ganzjährig die gleiche Leistung“, argumentiert Hans-Jörg Lingg. Aber das Bergkristall bietet auch Stammgastwochen oder Pauschalen an, die eine Gratis-Übernachtung inkludieren.

**Qualitätssicherung.** Das persönliche Gespräch mit dem Gast, auf das im Bergkristall so großer Wert gelegt wird, ist auch ein wichtiges Mittel, um die Gästezufriedenheit zu ermitteln. „Im Gespräch bekommt man sehr schnell ein Gespür dafür, ob während des Aufenthalts wirklich alles in Ordnung war oder ob sich der Gast vielleicht nur nicht traut, Kritik zu äußern“, sagt Hans-Jörg Lingg. Zusätzlich wird den Gästen am Abreisetag ein Fragebogen ausgehändigt. So können sie schneller Feedback geben, als wenn sie den Fragebogen nach ihrer Rückkehr nach Hause per E-Mail geschickt bekommen. Auch die Rücklaufquote ist auf diesem Wege deutlich höher.

Ein wichtiges Instrument zur Qualitätssicherung sind die Gäste-Memo-Zettel, die in jeder Abteilung von den Mitarbeitern ausgefüllt werden. Darauf sind spezielle Wünsche oder Es-

sensvorlieben der Gäste vermerkt, die für den nächsten Aufenthalt schon im Vorfeld berücksichtigt werden können. Die Gäste freuen sich dann, dass sich das Hotel an solche Details erinnert, und fühlen sich besonders wertgeschätzt. Auch das gehört zur familiären Atmosphäre, auf die Hans-Jörg Lingg anspielt, wenn er sagt: „Wir haben ein großes Wohnzimmer.“ (ds)



*Sonderwünsche der Gäste, z. B. ein zweites Kissen, werden auf Gäste-Memo-Zetteln vermerkt und beim nächsten Aufenthalt berücksichtigt*



*Der Trakt mit den Paradies-Suiten wurde 2006 angebaut und erhöhte die Kapazität des Bergkristalls auf 53 Zimmer*



Google-AdWords-Kampagnen, SEO, Blog und Facebook – das Internet ist für das „Bergkristall – Natur und Spa“ der wichtigste Marketingkanal. Die größte Werbewirkung haben jedoch die Weiterempfehlungen zufriedener Gäste.

Werbung via Internet

# Onlinemarketing steht an erster Stelle

Für die aktuelle Hotel- und Spa-Broschüre des „Bergkristalls – Natur und Spa“ hat eine Agentur im Auftrag des Hotels ein neues Farbkonzept ausgearbeitet. „Dieses Konzept mit verschiedenen Grüntönen möchten wir zeitnah auch noch stärker auf unserer Homepage integrieren“, sagt Sabine Lingg, die für das Marketing des Bergkristalls zuständig ist. „So schaffen wir einen höheren Wiedererkennungswert zwischen den Broschüren und unserem Internetauftritt.“

**Verbesserung des Google-Rankings.** Überhaupt wird der Großteil des jährlichen Marketingbudgets für

Onlineaktivitäten verplant, u. a. für AdWords-Kampagnen. Dank einer professionellen Suchmaschinenoptimierung ist das Bergkristall mittlerweile recht weit oben platziert, wenn man bei Google beispielsweise die Suchbegriffe „Wellness“ und „Allgäu“ eingibt. Auch auf verschiedenen Portalen ist das Hotel vertreten: „Premium Selection“ ist ein Label für privat geführte Wellnesshotels. Die Kooperation „Allgäu Top Hotels“ hat das Ziel, die Region bekannter zu machen. „Hier wurde in den vergangenen Jahren viel bewegt“, blickt Sabine Lingg zurück. „Mittlerweile hat das Allgäu einen Namen als attraktive Urlaubsregion.“ Mit der Oberstaufen Tourismus Marketing GmbH pflegt das Bergkristall eine enge Zusammenarbeit. „Wir haben das Glück, dass die hiesige Marketingorganisation auch ungewohnten Maßnahmen äußerst offen gegenübersteht“, lobt Sabine Lingg die Zusammenarbeit. „So war Oberstaufen beispielsweise der erste Ort in Deutschland, der bei Google Streetview freigeschaltet wurde.“

Auf Anzeigen in regionalen Printmedien verzichtet das Bergkristall

hingegen. Für Inserate sind eher themenspezifische Zeitschriften aus den Bereichen Kulinarik und Wellness interessant, z. B. „A la carte“, eines der führenden Gastronomiemagazine Deutschlands, und die Food-Journalismus-Zeitschrift „Savoir vivre“. Angesichts von 20 Golfplätzen im Allgäu werden auch Golfer als Zielgruppe für das Bergkristall immer interessanter, sodass auch Anzeigen in Golfmagazinen gebucht werden. Darüber hinaus legt Allgäu Top Hotels die Broschüre mit den Hotels der Kooperation regelmäßig verschiedenen Frauenzeitschriften bei.

**Kostenlose Leistungen.** Seit fünf Jahren beteiligt sich das Bergkristall an der „Oberstaufen Plus Card“. Das Prinzip ist einfach: Das Hotel entrichtet jährlich einen Beitrag an die Oberstaufen Tourismus Marketing GmbH, im Gegenzug erhalten die Gäste des Hotels verschiedene Leistungen gratis, z. B. die Berg- und Talfahrten mit den Bergbahnen in und um Oberstaufen, die Benutzung der Skilifte und das Spielen auf den Golfplätzen (Plus Golf Card). „So wird der Urlaub ohne

Nebenkosten für unsere Gäste Realität“, betont Sabine Lingg.

**Bonus für Weiterempfehlung.** Den überwiegenden Teil seiner neuen Gäste gewinnt das Bergkristall aber nicht mit Marketingmaßnahmen im Online- oder Printbereich, sondern durch das positive Urteil zufriedener Gäste. Wer das Hotel weiterempfiehlt, darf sich bei seinem nächsten Besuch über einen Wellnessbonus in Höhe von 30 Euro freuen.

Das Bergkristall ist Mitglied bei „Premium Selection“



Um mit den Gästen das ganze Jahr über in Kontakt zu bleiben, hat das Bergkristall seit rund zwölf Monaten einen eigenen Facebook-Account. Mindestens zwei Mal pro Woche postet Sabine Lingg Aktuelles aus dem Hotel. Am häufigsten wird derzeit ein Mitarbeitervideo geklickt, in dem die Angestellten erklären, was das Besondere an der Arbeit im Bergkristall ist. Der hoteleigene Blog dient ebenfalls der Kontaktpflege. „Hier kommen alle Themen zur Sprache, die den Gast interessieren“, erklärt Sabine Lingg. „Unser Blog soll den Lesern Lust auf das Allgäu machen, sodass sie ihren nächsten Aufenthalt im Bergkristall kaum noch erwarten können.“ (ds)

Foto: Gunnar Pappert/istock.com



Seit rund einem Jahr hat das Bergkristall einen eigenen Facebook-Auftritt