

# Wellnesshotels in Mecklenburg-Vorpommern: Genuss und Gesundheit, Tradition und Luxus

Mecklenburg-Vorpommern gilt als ein gutes Beispiel dafür, wie sich eine ganze Region in Sachen Wellness positionieren kann. Man setzt auf Qualität und gehobene Ansprüche, um gerade auch internationales Klientel anzuziehen. Autor H. Jürgen Kagelmann unternahm wieder einen Blick über den Tellerrand und erkundete die dortige Szene, die auf regionalen Einzigartigkeiten aufbaut.

Text: H. Jürgen Kagelmann  
Fotos: Hotel „Bernstein“, Hotel „Vier Jahreszeiten“, „Dünenmeer Hotel & Spa“

**M**ecklenburg-Vorpommern, kurz MV oder auch „MeckPomm“ genannt, gilt als der „shootingstar“ unter den deutschen Urlaubsregionen. Schon bald nach der Wiedervereinigung begannen die Deutschen, dieses Land mit seiner reichen Geschichte und Kultur wiederzuentdecken. Jedes Jahr nahmen die Gästezahlen um bemerkenswerte Prozentzahlen zu, wobei, abgesehen von günstigen Preisen und einem Angebot für fast alle Zielgruppen, sicherlich das Neugiermotiv auf Seiten der Gäste eine ganz wichtige Rolle spielte. Denn es war schon spannend zu sehen, wie sich diese traditionsreiche und aus der Kaiserzeit bekannte Urlaubsregion entwickelt hatte. Schließlich liegen hier die Wurzeln des Gesundheits- und Badetourismus, nachdem die heilende Wirkung des mild-maritimen Reizklimas mit seiner salzigen und jodhaltigen Seeluft erkannt worden war, die Linderung bei Atemwegs-, Haut-, Rheuma und psychosomatischen Beschwerden versprach. Hier wurden die später auf der ganzen Welt berühmten Seebäder begründet – als erstes 1794 Heiligendamm. Und hier wurde auch angeblich 1882 der erste Strandkorb erfunden, in Warnemünde.

**Einst von Luxus geprägt.** Ein zweifellos beeindruckendes Detail der Bäderhistorie Mecklenburg-Vorpommerns ist der Luxuscharakter. Früher war der Aufenthalt dort „im Bad“ keineswegs für jeden erschwinglich. Hier wollten Adlige aus berühmten Familien, Neu- und Altreiche, Aktienspekulanten, vermögende Fabrikanten unter sich bleiben und ein angenehmes Leben zelebrieren. Die damals entstandene, bemerkenswerte mondanne „Bäderarchitektur“, die typische „weiße“ Baukunst aus

der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts bis zum Ausbruch des I. Weltkrieges, die heute sorgfältig restauriert wird und mittlerweile eine eigene touristische Attraktion darstellt, unterstreicht dies sehr nachdrücklich. Ein vielfältiges Angebot für Gesundheit und Unterhaltung stand bereit für die anreisenden Kurgäste, die zweierlei aufweisen mussten – gesellschaftlich erwähnenswerten Stand und prall gefülltes Portemonnaie.

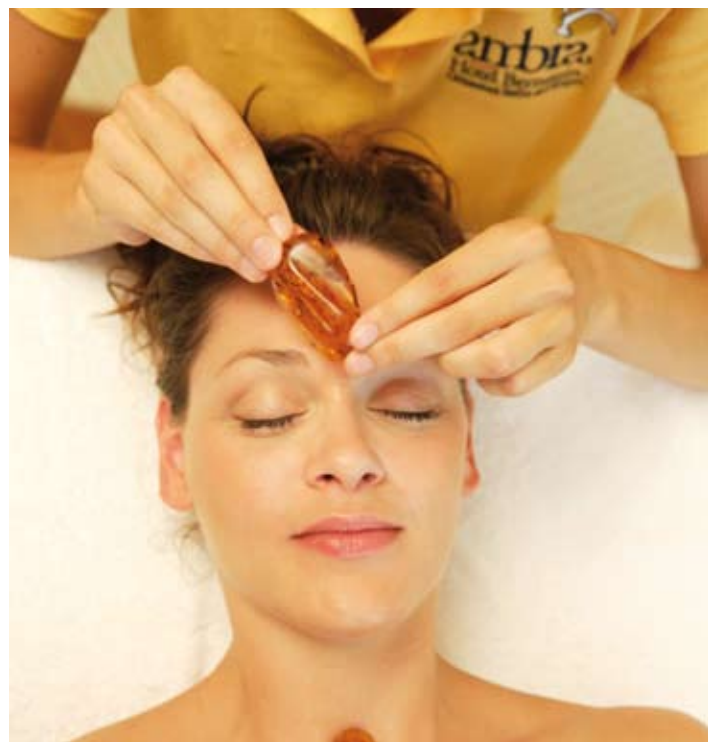
**Nach der Wende.** Diese Zeit ist längst vorbei, und auch die folgenden Phasen der ideologisch geformten Volkserholung sind vergessen: erst der Nationalsozialismus (damals wurde, was immer noch nur wenige wissen, in Prora auf Rügen die größte Ferienhotellburg der Welt, ein Seebadeferienresort für 20.000 Urlauber, begonnen, allerdings nie beendet) und dann der DDR-Sozialismus (der verdiente Aktivisten an die Ostseerholung schickte).

Als man sich nach der so genannten Wende fragte, wie die Region am sinnvollsten und vielversprechendsten wirtschaftlich zu entwickeln wäre, gab es kein langes Überlegen, denn das touristische Potential war hier sozusagen vor jeder Haustür zu greifen. Die Natur hatte es immer gut gemeint mit Mecklenburg-Vorpommern und es mit Seewasser und Stränden, berühmten Inseln und Halbinseln, einem vortrefflich milden Klima, legendären Naturschönheiten wie den weißen Kreidefelsen von Rügen oder der Künstlerinsel Hiddensee, ausgestattet – von Jagdschlössern, Hansestädten und Nationalparks ganz abgesehen. Was lag also näher, als dieses Land zu einer touristischen Vorzeigeregion, zu einer Welt des Wohlfühlens auszubauen?

**Kometenhafter Aufstieg.** Mit kräftiger Unterstützung von Kommunen, Land, Bund und EU machten sich die großen Immobilien- und Hotelkonzerne daran, zu renovieren, zu sanieren und in neue spektakuläre Bauten zu investieren. Damit begann eine Erfolgsstory, denn MV wurde immer beliebter unter den deutschen und später auch unter internationalen Gästen. Nur ein Beispiel: für das Jahr 2000 gab es eine Zuwachsrate im Tourismus von 16,9 %; davon konnten und können andere deutsche Regionen nur träumen. Bald schon rangelte MV mit Bayern und Schleswig-Holstein um den Posten der beliebtesten deutschen Ferienregion, und seine aktuelle Position ist nicht schlecht: Im Sommer 2006 reisten 21 Prozent der deutschen Urlauber, die im Inland Ferien machten, nach Mecklenburg-Vorpommern. Das war Platz eins. Radfahrtsportler wählen das Land seit sieben Jahren immer wieder zur beliebtesten Radreise-Region.

Rostock ist eine immer wichtigere Anlaufstelle für Kreuzfahrtschiffe geworden. Wismar und Stralsund sind Unesco-Welterbestätten; für kunsthistorisch Interessierte ist MV das Land der Backsteingotik. Natürlich gab es auch Rückschläge im Tourismus, wie 2005/06, als die Vogelgrippe die Deutschen stark beunruhigte. Die Medien zeigten mit nervender Wiederholung immer wieder das an der Seuche verendete, am Strand herumliegende Wildgeflügel und verunsicherten so manchen braven Urlauber.

**Rühriges Marketing.** Das Tourismusmarketing ist äußerst rührig, um auch jede noch so kleine Zielgruppe anzusprechen – z. B. versucht man einschlägig Interessierte



Besinnung auf typisch regionale Angebote: Das Hotel „Bernstein\*\*\*\*“ im Ostseebad Sellin auf Rügen verwöhnt die Gäste beispielsweise mit Rügener Heilkreideschlammbad für zwei oder einer ganzen Treatmentpalette rund um Bernstein.

für den wiederentdeckten Baltisch-Westfälischen Jakobsweg zu interessieren, oder veranstaltet Events wie Ziegenkäse-seminare, ein Harry Potter-Wochenende im Bücherhotel, oder die Baltic Fashion Awards für die besten Modedesigner aus den Ostsee-Anrainerstaaten. Man ist rührig im Hochzeitstourismus, und mit dem Tagungstourismus macht man mit einer halben Milliarde Umsatz mittlerweile schon 10% des touristischen Gesamtumsatzes.

**Gesundheit wird forciert.** Damit nicht genug, MV hat sich das ehrgeizige Ziel ge-

setzt, das „Gesundheitsland Nummer eins“ zu werden und den Anteil der Wellness-touristen mit einem sehr intensiven Wellness-Marketing auf über 25% zu steigern. Da gerade in Deutschland Vertrauensbildung wichtig ist (und beispielsweise Tests traditionell sehr gerne gelesen werden), haben derzeit Gütesiegel hohe Konjunktur. MV ist sehr schnell auf diesen Zug gesprungen und hat sich durch den Deutschen Wellness Verband e.V. (DWV) Ende des Vorjahres 50 Wellness-Hotels zertifizieren lassen, zum Teil im ausführlichen Volltest mit 750 Kriterien oder im „Quick-Check“ mit 180

„Basiskriterien“. Nicht weniger als acht Hotels wurden mit dem „Premium-Siegel“ mit den Noten „sehr gut“ und „exzellent“ ausgezeichnet; 37 Hotels erhielten das „Basis-Siegel“. (Es bescheinigt den Wellness-Anbietern die Erfüllung eines verbindlichen Standards in Ausstattung, Vitalküche, Wellness-Angebot, qualifizierter Gästebetreuung und Preiswürdigkeit).

Die Ziele dieser Initiative sind: erstens zeigen, dass das ganze Land verlässliche Wellnessqualität bietet, zweitens eine Vorreiterrolle in Deutschland zu übernehmen, was die Zertifizierung von Wellness

anbetrifft, und damit der Konkurrenz davonzulaufen.

**Originelle Wellness-Angebote.** Mittlerweile ist das Angebot der Wellness-Gesundheits-hotels sehr vielfältig und teilweise auch originell. Logischerweise spielt das angrenzende Meer mit seinen sprichwörtlichen Geheimnissen und Kostbarkeiten eine große Rolle und ist immer wieder ein gern gewählter Anknüpfungspunkt für Wellness-therapien.

Das Hotel „Vier Jahreszeiten Binz\*\*\*\*“ auf Rügen setzt auf das „Meeresverwöhnprogramm“.

(Fortsetzung auf Seite 152).



Im „Vier Jahreszeiten“ Kühlungsborn dreht sich im Herbst alles ums Ölbaumgewächs Sanddorn mit: „Herbstschmaus Sanddorn cuisine“, Sanddorn-Meersalz-Peelings, Sanddorn-Körperpackungen, Aroma-Körpermassage usw.

(Fortsetzung von Seite 151). Geboten werden etwa Gourmetküche im Spezialitätenrestaurant „Fischmarkt“ sowie Wellness-Anwendungen und Gourmetcuisine „aus den Tiefen des Meeres“ mit der Beauty-Anwendung Caviar Power (ab 85,- Euro pro Person zuzügl. Übernachtung für Reinigung, Fruchtsäurepeeling, Kaviar-Algen-Wirkstoffampulle und Kaviar-Maske, die für eine elastischere und frischere Hautoberfläche sorgen sollen).

Andere Angebote greifen bewusst auf die typischen regionalen Angebote zurück, die bei den Gästen gut ankommen: Bernstein, Rügener Heilkreide, Sanddorn, Ostseealgen. Einige Hotels setzen als „Marken“ sehr stark auf diese natürlichen Ressourcen – z. B. das wunderschön an Klippen gelegene Hotel „Bernstein“<sup>\*\*\*\*</sup> im Ostseebad Sellin auf Rügen (übrigens das erste Hotel, das nach der Wende neu fertiggestellt wurde). Dieses nur 72 Zimmer große, vom Deutschen Wellness-Hotel mit „Sehr gut“ zertifizierte, privat geführte Hotel (Familie Dorissen) kann nicht nur mit einer tollen Lage an der berühmten Seebrücke von Sellin und dem hervorragenden Klima (an Rügens Ostküste hat es 2000 Sonnenstunden pro Jahr) punkten, sondern auch mit einer ganzen Treatmentpalette rund um Bernstein im 750 Quadratmeter großen „Ambra Spa“ – die Bernsteinrotte mit Dampf und Sprühregen etwa, Bernstein-Honigölpackungen oder speziellen Bernsteinmassagen

als Variante der heißen Steine. Bernstein, das fossilierte Harz, das hauptsächlich im Ostseebereich gefunden wird, hat quasi Karriere vom Schmuckobjekt zum Therapiemedium gemacht.

Was man dabei nicht unterschätzen sollte: Bernstein ist auch ein emotional besetztes Symbol – für Wärme, Energie, natürliche Schönheit, auch für Bodenständigkeit und Ehrlichkeit. Hier im Hotel „Bernstein“ wie in vielen Wellnesszentren fällt auf, wie unproblematisch mit der Synthese von Wellness-treatments aus verschiedenen Kulturbereichen umgegangen wird: da gibt es neben den lokalen Spezialitäten etwa auch ein Macadamia-Nuss-Peeling oder eine Amazonas-Traum-Massage usw. (Beispielpaket: Ambra-Duett für Pärchen, mit Rügener Heilkreideschlamm-bad für zwei, Masque Modelant Gesichtsbehandlung für Sie, Ante-Stress-Mages für Ihn um 180,- Euro oder die Wellnesspause für müde Radfahrer „Biker Spezial“ mit Ganzkörper-Aromamassage und Schlammbad um 89,- Euro).

Heilkreide, das „weiße Gold Rügens“, lange vergessen, ist seit Mitte der 90er Jahre im Zuge steigender Nachfrage nach natürlichen regionalen Produkten im Kommen; das schneeige Pulver wird angerührt auf die Haut aufgetragen und lindert Haut- und rheumatische Krankheiten (aber es gibt auch Kreidezahncreme...). Angeboten wird es in fast allen Wellnesshotels auf Rügen, Deutschlands größter Insel.

Im „Vier Jahreszeiten“<sup>\*\*\*\*</sup> Kühlungsborn kann im Herbst das Ölbaumgewächs Sanddorn im Rahmen des Programms „Herbstschmaus Sanddorn cuisine“ genossen werden (125,- Euro p. P. zzgl. Übernachtungen). Diese ungewöhnliche regionaltypische Frucht wächst an der Ostseeküste seit 200 Jahren und hat einen zehnmal höheren Vitamin-C-Gehalt als die Zitrone. Für eine weiche Haut werden Sanddorn-Meersalz-Peelings, Sanddorn-Körperpackungen in der Schwebeliege, Aroma-Körpermassage (nebst diversen Sanddorn-Punschen) angeboten.

Mohn ist eine weitere traditionelle Spezialität der Region. Er findet Verwendung z. B. als Mohn-Rosenöl-Peeling für Entspannung und Wohlbefinden der Gäste. Bei der 50-minütigen Anwendung im Aparthotel „Am Weststrand“ (Seebad Kühlungsborn) wird das duftende und sanfte Schlafmohn-Ölgemisch am Körper einmassiert und in eine Softpackliege eingehüllt.

Um neue Ideen ist man aber auch nicht verlegen, das Hotel „Vier Jahreszeiten“<sup>\*\*\*\*</sup> in Zingst führte voriges Jahr die Schwangerschaftswellness ein: kontemplativ-entspannendes Warten auf den Nachwuchs im „Baby Moon Arrangement“ (zwei Übernachtungen inkl. Schlemmerfrühstück, Dreigänge-Menü abends inkl. einer Flasche Mineralwasser, ein 25,- Euro Wellness-Gutschein pro Person, Leihbademäntel, Nutzung des 1300 Quadratmeter großen Wellness-Bereiches

– für die fast vollständige Familie ab 299,- Euro im Doppelzimmer). Jene, die es mögen, können auch Essiggurken mit Vanilleeis ordern. Ein Jahr nach dem Baby-Moon-Wochenende darf die junge Familie übrigens erneut nach Zingst fahren und erhält eine Übernachtung inkl. Frühstück und Abendessen auf Kosten des Hauses.

**Vorsorge und Regeneration.** Medical Wellness ist ein derzeit viel beachteter Trend. Ein interessantes Experiment wird im Hotel „meerSinn Binz“<sup>\*\*\*\*</sup> realisiert, das der Stralsunder Brauerei GmbH gehört. Früher war man nur Designhotel, jetzt ist man auch Gesundheitszentrum (50 Zimmer und Suiten, z. T. auch für Allergiker geeignet) und offeriert unter Leitung von Hotel-direktor Dominic Müller seit Sommer 2006 das Konzept zur ganzheitlichen Vorsorge und Regenerationsmedizin „Artepuri“, das Schulmedizin und Komplementär-Medizin wie Naturheilverfahren, Energetische Verfahren und chinesische Medizin miteinander verknüpfen soll. Eine schnapsige Hotelbar sucht man vergebens, und in der Minibar gibt es nur Mineralwässer. Ausgesprochenen Alkoholfreunden ist maximal ein Viertel Rotwein pro Tag erlaubt. Die Wellnessküche im Restaurant „MeerSalz“ unter Küchenchef Torsten Gierke erhielt 2006 vom Gault-Millau 1 Haube. Und seit 2006 wird hier konsequent ein innovatives Ernährungskonzept inszeniert, das auf die sehr gesundheits-



Das neue „Dünenmeer Hotel und Spa\*\*\*\*+“ im Ostseebad Dierhagen mit dazugehörenden villenartigen, schilfrohgedeckten Dünenhäusern und Appartementgebäuden lockt u. a. mit dem innovativen Bernsteinwellnesskonzept „Dünengold“.

bewussten Urlauber abzielt. „Geistiger Vater“ und medizinischer Leiter des neuen Gesundheitszentrums ist der Österreicher Dr. Alex Witasek, der zuvor 14 Jahre das renommierte Gesundheitszentrum „Lanserhof“ in Tirol leitete. Gesund essen, Sport treiben, geistig und körperlich fit bleiben – auf der soliden Basis einer medizinisch nachhaltigen Behandlung nach der modernen F.X. Mayr Medizin – sind die Säulen. „Artepuri – purify your life“ beginnt mit der Entschlackung, Reinigung des Blutes und zahlreicher Organe von Schlacken und Giften. Auf die Reinigung folgt die heilende und die Gesundheit bewahrende Diätetik. „Unsere Gäste erwarten aber keine sinnesfeindliche Monotonie, sondern eine Verbindung kulinarischer Genüsse mit heilsamer, schonender Nahrung“, betont Dr. Witasek. Unterstützt wird das Regenerationsprogramm durch Massagen, Sport, funktionelle Orthopädie und Fitness-Training. Speziell entwickelte Diagnoseverfahren erlauben eine Individualisierung des Heilangebotes. Modernste Erkenntnisse aus Schulmedizin und Alternativmedizin gehen im „Artepuri“ im „meerSinn“ so eine harmonische Symbiose ein. Ziel ist ein Bewusstsein für Gesundheit zu entwickeln bzw. beim Gast Hilfe zur Selbsthilfe zu leisten. „Wir setzen auf das neue Bewusstsein für ganzheitliche Betrachtung und Therapie des Menschen. So wird ‚Artepuri‘ mehr als Medizin, es ist die Hilfe zur

Lebensführung“, streicht der österreichische Arzt heraus. Empfohlen werden drei Wochen Aufenthalt, die eine langanhaltende Leistungssteigerung, Gesunderhaltung und Lifestyle-Verbesserung bewirken sollen. Mittlerweile hat man das medizinische Angebot erweitert, u. a. um „Das moderne Hotel“, zwischen zwei wilhelminischen Bäderstilvillen gelegen, ist eine Lifestyle-Oase, in der warme Farben, die Materialien Glas, Stahl, Holz und Leder dominieren, Rezeption, Restaurant und Lobby vermitteln ein Wohlfühl-Erlebnis. Die Speisekarte wechselt täglich. 40 Prozent der verwendeten Zutaten sind Bioprodukte, und verarbeitet wird biozertifiziertes Rindfleisch. „Gesund leben soll Spaß machen und schmecken!“ – Diese Maxime von Gastgeber Dominic Müller wird im Hotel „meerSinn“ konsequent umgesetzt. **Auf Schönheit spezialisiert.** Das einzige 5-Sterne-Superior-Hotel in MV ist das „Travel Charme Kurhaus Binz“ in beneidenswerter Lage direkt an der berühmten Strandpromenade. Gebaut 1890 – zu den ersten Gästen gehörte die deutsche Kaiserin –, war es in den Goldenen 20er Jahren der gesellschaftliche Treffpunkt mit Varieté und Kasino. Nach dem Krieg wurde es Erholungsheim für verdiente DDR-Soldaten und Aktivisten. Seit 2001 komplett renoviert, besticht es durch Luxus und Größe. Hier hat man sich auf zah-

lungskräftige Gäste eingestellt, die Verwöhnung und viel Platz für sich und ihre Familien wünschen – in den Suiten mit Whirlwanne und Meeresbalkon oder in den angebauten Residenzen, die bis 161 Quadratmeter groß sind und einen entspannenden Badewannenblick über die Dächer von Binz bieten (p. P. Hauptsaison 246,- bis 518,- Euro). Der Puria Wellnessbereich ist auf Schönheit spezialisiert, das Wohlfühlprogramm (Beispiel: Puria Inseltraum – Körperpackung mit Heilkreide, Stutenmilchbad, Ganzkörpermassage mit warmem Olivenöl 115,- Euro) akzentuiert Private-Time-Angebote (Stunde 60,- Euro) und kombiniert europäische mit asiatischen Konzepten. Beeindruckend auch der aufwendig rekonstruierte, etwas nostalgische Kurhaussaal mit Platz für Kongresse, Bankette und Shows. **Markt nicht ausgereizt.** Der Markt der Wellnesshotels in MV gilt als noch längst nicht ausgereizt; ständig machen neue Häuser auf – soeben eröffnete neu das „Dünenmeer Hotel und Spa\*\*\*\*+“ im Ostseebad Dierhagen auf der durch seinen 60 Kilometer fast unberührten weißen Strand bekannten, überaus ruhigen Halbinsel Fischland-Darß mit 1500 Quadratmeter großem Wellnessbereich (50 Zimmer, 16 Suiten, 30 Mio. Euro). Das Hotel mit dazugehörenden villenartigen, schilfrohgedeckten Dünenhäusern und Appartementgebäuden lockt

mit Interessantheiten wie dem „Dünenreiter“-Entdeckerprogramm für Pferdeliebhaber und dem innovativen Bernsteinwellnesskonzept „Dünengold“ nach mittelalterlichen Rezepten. **Regionale Einzigartigkeiten.** Mecklenburg-Vorpommern ist ein gutes Beispiel dafür, wie sich eine ganze Region im Wellness positionieren kann. Man setzt auf Qualität und gehobene Ansprüche, um gerade auch internationales Klientel anzuziehen. Man nutzt geschickt die mit positiven Assoziationen, Erinnerungen und Images verbundenen bäderhistorischen Traditionen und baut auf den speziellen regionalen Einzigartigkeiten auf. Und man hat es bisher recht gut verstanden, den Spagat zwischen traditionellem Kur-Gesundheitstourismus und neuem Wohlfühlurlaub hinzubekommen. *Autor Dr. phil H. Jürgen Kagelmann ist Diplom-Psychologe, Lehrbeauftragter für Tourismuswissenschaft an der Ludwig-Maximilians-Universität München (Wirtschaftspsychologie), Geschäftsführer der auf Tourismusforschung und Touristikberatung spezialisierten Agentur „Erlebnis+Trend“, sowie Geschäftsführer des Profil-Verlages München / Wien. Weiters ist er als freier Reisejournalist tätig und Gründungsmitglied der Deutschen Gesellschaft für Tourismuswissenschaft (DGT).* [www.tourismuswissenschaft.de](http://www.tourismuswissenschaft.de) [www.profilverlag.de](http://www.profilverlag.de)