

Steigenberger DaySpa, Hamburg

# Kurzurlaub auf Hanseatisch



*Das Steigenberger Hamburg: ein Rotklinker-Prachtbau an der geschäftigen Fleetinsel*

*Authentische emotionale Entspannungsreisen von Hamburg über Indien bis nach Hawaii zeichnen das hanseatische DaySpa des Stadthotels aus. Seit Juni ergänzen physiotherapeutische Massagen und naturheilkundliche Gesundheitsvorsorge das Konzept*

Best  
Practice



*Modernes Design an der Spa-Rezeption*

Das Stadthotel erinnert auf den ersten Blick an einen Luxusliner, der am idyllischen Alsterfleet an der Fleetbrücke vor Anker liegt. „Zur Landseite“ liegt der Prachtbau aus hanseatisch-klassischem Rotklinker an der Fleetinsel: die neue „Rennstrecke“ zwischen wachsender Hafencity, Galerien-Viertel in der Admiralsstraße, exklusiven Shoppingpas-

sagen und internationalen Handelszentren. Doch von Hektik keine Spur. Majestätisch erhaben strahlt das Steigenberger bereits von außen Geborgenheit und Ruhe aus. Hanseatische Gelassenheit prägt auch im Inneren das Bild. Ein Fahrstuhl führt den Gast zu den „oberen Decks“ im fünften und sechsten Stock. Auf den letzten Metern zum „Tor der hanseatischen Well-

ness-Welt“ weisen Muschelscheiben aus Perlmutt kunstvoll beschriftet mit Beauty, Fitness, DaySpa, Body Therapy und Wellness den Weg. Dekorationen aus Federn, Ästen und Strandgut erinnern an Ferien am Meer. Spätestens beim grandiosen Blick durch die raumhohen Panoramafenster im sechsten Stock rückt der Alltag in weite Ferne.

**Entspannung für alle.** „Unser DaySpa wird von Hotelgästen wie Geschäftsleuten und Städtetouristen als auch Hamburger Bürgern genutzt“, beschreibt General Manager Karl Schlichting die Haupt-Zielgruppen. Auf diese Gästeklientel wurden die Kompetenzsäulen des Konzeptes zugeschnitten und mit dem Leitthema überschrieben: „Mit allen Sinnen entspannen“. „Wir laden den Gast ein, bei uns entspannte Stunden mit dem Besten aus unterschiedlichen Kulturen und Ländern zu erleben“, betont Spa-Expertin Andrea Schnell. In der Praxis beginnt dies beim klassischen Fitnesstraining an modernsten Sportgeräten für Krafttraining und Body-Workouts im sechsten Stock. Zusätzlich unterrichten Personal Trainer in Einzelstunden oder in kleinen Gruppentrainings Pilates, kombiniert mit Atemtechnik, Krafttraining sowie Stretching und Hatha Yoga. Bei sommerlichen Temperaturen tauchen die Fronten des Glaspavillons auf Knopfdruck in den Boden ab und geben die mit Holzplanken ausgelegte Terrasse als zusätzliche sportliche Arena frei. „Die Fitness- etage spielt für unsere lokalen und internationalen Gäste eine große Rolle. Sie schätzen besonders unsere persönlichen Trainingsangebote und die Yoga- stunden mit Blick über die Dächer der Stadt“, weiß Andrea Schnell.

**Auf der Wellness-Etage im fünften Stock,** eine Etage tiefer, beginnen die sinnlichen Entspannungsreisen des DaySpa. Auch hier geben ver-

*Ein Gästemagnet ist die Fitness-terrasse über den Dächern der Hansestadt*



einzelte große Fensterfronten den einzigartigen Blick auf das Geschehen am Hafen frei. Das Panoramafenster in der finnischen Sauna weckt beim Anblick der vorbeiziehenden Schiffe Sehnsucht, die Koffer für eine Seereise zu packen. Doch dafür schickt das Spa-Team die daheimgebliebenen „Kurzurlauber“ mit fließenden, rhythmischen Bewegungen der hawaiischen Tempelmassage Lomi Lomi Nui auf eine sinnliche Entspannungsreise nach Hawaii. Das Hauptaugenmerk der Behandlungen der 650 Quadratmeter umfassenden Wohlfühl-oase liegt auf Gesichts- und Körperbehandlungen mit Kosmetikprodukten der britischen Marke The Organic Pharmacy, auf karibischen Essenzen von Ligne St. Barth und Elementen aus dem Meer von Thalgo. Für Abwechslung sorgen auch Ayurveda-Behandlungen: vom entgiftenden Kräuterbad Svedana über die traditionelle Ganzkörper-Trockenmassage Garsan bis hin zur Körper, Kopf sowie Nerven entspannenden Massage Mukabhyanga. Therapeutin Andrea Schnell erzählt erfreut: „Insbesondere unser Ayurveda-Tag mit der privaten

*Gut abschalten lässt es sich in der Ruhe-Lounge*

Sie führt das achtköpfige Team samt Freelancer einerseits einfühlsam mit Verständnis für jeden Einzelnen. Andererseits kommuniziert Andrea Schnell unmissverständlich die erwarteten Leistungen. Dabei achtet sie stets auf vertrauensvollen, ehrlichen Umgang miteinander sowie gegenseitigen Respekt. Das wirkt sich aus Sicht der Therapeutin auch auf das Wohl der Gäste aus. Seit Februar dieses Jahres hat die alleinerziehende Mutter einer zweijährigen Tochter ihr berufliches Arbeitspensum etwas reduziert und die Leitung an den bisherigen Stellvertreter abgegeben. Jetzt führt Martin Rosin die Wellness-Abteilung. Der staatlich anerkannte Mas-



Yogastunde wird wirklich sehr gut angenommen.“

Die 39-Jährige lebt und praktiziert die jahrtausendealte asiatische Lehre. Sie führt die Gäste sensibel und achtsam in die Behandlungsrituale ein. Die gelernte Hotelfachfrau und studierte Hotelbetriebswirtin fand nach der Jahrtausendwende während einer Weltreise in einem Yogazentrum in Australien ihre Berufung und qualifizierte sich zunächst zur Yogalehrerin. Danach bildete sich die Hamburgerin zur Ayurveda-Therapeutin weiter, in einer Ayurveda-Klinik in Südindien und zusätzlich im Mahindra Institut in Birstein. 2006 kehrte Andrea Schnell in die Hansestadt zurück. Seit dieser Zeit begleitet sie als Spa-Leiterin die erfolgreiche Entwicklung des DaySpa. Die Powerfrau ist überzeugt: „Was ich tue, muss authentisch sein.“

seur und med. Bademeister qualifizierte sich zusätzlich für Fußreflex-, Dorn-Breuss- und Hot Stone Massage.

**Die Steigenberger Statistik belegt** ca. 30 Prozent Stammgäste. Die Entspannungssuchenden sind zwischen 30 und 65 Jahre alt und verweilen durchschnittlich zwei bis fünf Stunden im Spa. Zu den fünf beliebtesten Behandlungen zählen die Classic-Relax Ganzkörpermassage und die Teilkörpermassage, die Face Care Complete von The Organic Pharmacy, die ayurvedische Ganzkörpermassage Abhyanga sowie die DaySpa Pakete mit Peeling, Packung, Massage und Spa Suite-Aufenthalt.

Darüber hinaus habe sich der DaySpa Club gut entwickelt, so Karl Schlichting. Die Teilnehmer setzen sich überwiegend aus Geschäftsleuten,

Vorständen und Eigentümern von Unternehmen aus dem Umfeld des Hotels zusammen. „Wir halten die Mitgliederzahl bewusst niedrig, um die Exklusivität dieses Bereiches zu erhalten. Mit diesem Kriterium grenzen wir uns bewusst vom Wettbewerb ab.“

**Das wettbewerbsintensive Umfeld** und die gesteigerte Nachfrage der Gäste nach Sauna und Wellness animierten Karl Schlichting 1998, die Idee vom eigenen Spa zu verfolgen. Nach 18 Monaten war die Planungsphase abgeschlossen. Doch getreu dem Motto „Gut Ding braucht Weile“ öffnete das DaySpa mit neun Behandlungsräumen, Ruheraum, Dampfbad



überdimensionierte Kräne übernehmen. Das große Engagement des Eigentümers Union Investment spielte dabei eine herausragende Rolle. Das Investitionsvolumen betrug rund 2,3 Millionen Euro. Die Hamburger Innenarchitekten Corinna und Peter Jöhn gestalteten das Ambiente im nordischen Chic. Die Gäste nehmen die Angebote des DaySpa von Freitag bis Sonntag und in den frühen Abendstunden gut an. Allein die freien Vormittagstermine an den Arbeitstagen gelte es noch besser auszulasten, so der General Manager. Die positiven Resonanzen der Gäste seien überwältigend und motivierten dazu, das Spa in dieser Richtung weiterzuentwickeln. Das ging schneller als erwartet: „Wir bieten seit Mitte Juni erweiterte Angebote aus der östlichen Lehre und europäischen Naturheilkunde für moderne Gesundheitsvorsorge an“, so der Spa-Leiter Martin Posin. Die Behandler wollen die Gäste dabei unterstützen, mit ayurvedischer Marma-Massage, Leberwickeln, Thermopackungen, Salzwickeln und Ölbehandlungen den Körper zu „entgiften“ und den Stoffwechsel zu aktivieren. Aus der Physiotherapie ergänzen medi-

*In der modernen Saunalandschaft herrschen Erdtöne vor*

und Sauna erst 2006 seine Türen. Heute schmunzelt Schlichting, wenn er sich an die außergewöhnlichen Herausforderungen erinnert. Die Steigenberger Zentrale in Frankfurt hatte das Konzept und die Finanzierung schnell genehmigt. Das Prozedere mit behördlichen Vorschriften und Auflagen sowie die statischen Aspekte des Bauvorhabens auf dem Dach eines bestehenden Gebäudes forderten den General Manager und sein Expertenteam allerdings erheblich heraus. Insbesondere für die Finanzierung dieser Investition waren ein enormes Gespür für Finanzen, Überzeugungskraft und Verhandlungsgeschick gefragt.

Später während der Bauphase erwies sich die Anlieferung der vorgefertigten Fassadenteile als sehr schwierig. Insbesondere den Transport auf das Dach des fünften Stockwerks mussten

zinische Massagen, Thermopackungen und Anwendungen aus Hydrotherapie sowie Balneologie das Konzept.

**Die Marketingaktivitäten für das Day Spa** konzentrieren sich breit gefächert auf elektronische und Printmedien. Zusätzlich entwickelt das Spa-Team für Business-Gäste immer wieder besondere Angebote wie die After Work-Massage und New Energy-Massage in der Mittagspause. Zusätzlich finden Ayurveda-Wochen oder Mental Balance-Tage mit einer Reiki-Meisterin statt. In der Hansestadt profitieren zudem Schauspieler, Künstler und Musical-Darsteller von Sonderraten. Firmenkunden erhalten vergünstigte Angebote für präventive Gesundheitsmaßnahmen im Unternehmen.

Wirtschaftlich führt das Hamburger Steigenberger das Spa konsequent

## Spa Porträt

**Steigenberger DaySpa**  
20459 Hamburg  
Tel. +49 (0)40 36806-0  
[www.hamburg.steigenberger.de](http://www.hamburg.steigenberger.de)

**Betreiber:** Steigenberger Hotels AG

**Eröffnet:** 2006

**Hauptzielgruppe:** Hotelgäste, Geschäftsleute, Clubmitglieder, Tagesgäste

**Spa-Mitarbeiter:** 8

**Spa-Fläche:** 650 m<sup>2</sup>

**Wellness:** Saunalandschaft, Ruheraum, Private Spa Suite, Fitness-Etage mit Freiluftbereich

**Behandlungsräume:** 9

**Kosmetik:** The Organic Pharmacy, Ligne St. Barth, Thalgo

**Öffnungszeiten:**  
werktags 10–22 Uhr, sonntags 10–21 Uhr

als eigenes Profitcenter. General Manager Schlichting beziffert den Umsatz pro Jahr auf ca. 400.000 Euro. „Grundsätzlich hat das DaySpa die Auslastung des Hotels deutlich positiver als erwartet beeinflusst und unsere Prognosen weit übertroffen“, freut sich der sportbegeisterte Hausherr. Die Belegung stieg um bis zu sieben Prozent und der durchschnittliche Zimmerpreis um ca. zehn Prozent. Das Spa spielt im Rahmen der stetig wachsenden touristischen Gästezahl der Hansestadt eine wichtige Rolle bei der Hotelwahl. Daher räumt der General Manager der internen Kommunikation und Zusammenarbeit ein Hauptaugenmerk ein. Das Spa-Team informiert die Kollegen an der Rezeption regelmäßig über alle besonderen Aktivitäten und freie Behandlungszeiten, damit sie bei Buchungen die touristischen Reisenden informieren können. □



## ZUM AUTOR

**Elke Birke** schreibt als Journalistin für Fach- und Publikumsmedien. Ihre Schwerpunkte: Hotellerie, Wellness, Wirtschaft und Marketing.