# Hotel-Testerin: Ihr Urteil über Südtirols Spitzenhäuser

Während andere Gäste am Infinity-Pool entspannen oder beim Schoko-Törtchen dahinschmelzen, arbeitet Andrea Labonte einen komplexen Evaluierungs-Katalog ab. Was die deutsche Wellness-Hotel-Testerin über das Niveau Südtiroler Top-Betriebe sagt und warum sie noch auf eine Beauty-Behandlung in der Apfelwiese wartet.

**„Zett“: Beeindruckende Saunalandschaften, spektakuläre Infinity-Pools ... Viele Wellnesshotels am oberen Ende der Sterne-Skala investieren sehr viel Geld, um immer im Trend zu sein. Ist das aus Ihrer Sicht Fluch oder Segen?**

**Andrea Labonte:** Gerade bei den Südtiroler Wellnesshotels erleben wir da eine wahnsinnige Innovationsfreude – was mir als Hoteltesterin einerseits natürlich gut gefällt. Ich bin oft echt überrascht – obwohl ich viel sehe. Was da in Südtirol passiert, ist schon sehr großes Kino. Ich sehe es aber auch als Herausforderung für die Hoteliers. Die Gäste werden immer anspruchsvoller. Keiner will mehr in einem Pool aus den 1970er Jahren schwimmen. Für kleinere Häuser und Familienbetriebe, die sich diese Investitionen nicht leisten können, oder die risikoavers sind, ist es sehr, sehr schwierig mitzuhalten. Die müssen sich eher die Frage stellen, wie sie sich anderweitig differenzieren können.

**Wie beurteilen Sie die Inflation exotischer Wellness-Behandlungen?**

Exotische Treatments – etwa Gesichtsmasken mit Goldpartikeln, Kaviar und Schokolade oder Lomi-Lomi-Nui-Massagen aus Hawaii – kann man machen, muss man aber nicht. In unseren Bewertungen ist es wichtiger, dass die Hotels die Klaviatur der konservativen Behandlungen gut beherrschen und hervorragend umsetzen, als ein hundertseitiges Spa-Menü anzubieten, bei dem jede Behandlung ähnlich ist oder sie nicht korrekt durchgeführt wird. Mir ist es lieber, das Hotel ist authentisch und bietet etwas an, das zur Region passt.

**Wie können jene Betriebe punkten, die nicht permanent investieren wollen oder können und nicht jeden Treatment-Schnickschnack anbieten möchten?**

Sie können einen Service bieten, der die Gäste begeistert und erstaunt. Als Hotel-Testerin bin ich viel im Gebiet des Indischen Ozeans unterwegs. Hotels dort setzen das par excellence um. Da gibt's dann etwa statt des ‚klassischen‘ Schokostückchens beim Gedeck ein kleines Gedicht ... Man kann mit relativ geringen Mitteln sehr viel machen. Urlaub ist ein sehr emotionales Produkt. Es geht weniger um das Erleben materiellen Reichtums, sondern um unvergessliche Momente. Da punktet man mit maßgeschneiderten Angeboten; im Indischen Ozean eben mit einem Candle-Light-Dinner am Strand oder einem Picknick auf einer Insel. Das wird in Südtirol schwierig. Aber Gäste könnte man auch im Garten massieren, Wellness-Treatments in Weinbergen oder Apfelplantagen anbieten, und Candle-Light-Dinner auf der Alm. Was den Trend zur Verwendung regionaler Produkte betrifft, ist Südtirol schon ganz vorne dabei. Ein weiterer wegweisender Trend könnte „Digital Detox“ sein. Jeder hängt nur noch am Smartphone. Da sind Meditations-, Achtsamkeits- oder Yogakurse sehr im Kommen. In diese Richtung könnten die Hotels noch viel machen.

> *Kein Hotel wird bei voller Auslastung seine Pool-Landschaft fotografieren und meist sind auf den Bildern Models zu sehen. Das sieht dann in der Realität meist anders aus. Dafür kann aber der Hotelier nichts, wenn man ab und zu auch mal dicke Bäuche oder stark tätowierte Gäste sieht.*
>
> Andrea Labonte, Hoteltesterin von „Wellness-Heaven“

**Dazu braucht es freilich für die jeweilige Aufgabe qualifizierte Mitarbeiter, nicht etwa die Service-Kraft, die nach dem Mittagessen noch dem Hausmeister zur Hand geht ...**

... ja, aber das können sich die großen Häuser gar nicht mehr leisten. Das sehen wir bei den Tests auch selten. Das ist wahrscheinlich eher ein Phänomen bei kleineren Betrieben – wobei ich das natürlich verstehe. Das merkt der Gast aber, wenn eine Kosmetikerin, die keine Ausbildung zur Masseuse hat, plötzlich eine Massage durchführt. Das ist dann nicht so prickelnd.

**Gibt es große Diskrepanzen zwischen den Angaben in Katalogen bzw. auf den Hotel-Homepages und den konkreten Gegebenheiten vor Ort?**

Die Hotels, die wir testen, sind im oberen Preissegment. Da kommen solche Diskrepanzen sehr selten vor. Das Angebot auf der Website entspricht schon meist dem, was tatsächlich geboten wird. Was klar ist: Kein Hotel wird bei voller Auslastung seine Pool-Landschaft fotografieren und meist sind auf den Bildern Models zu sehen. Das sieht dann in der Realität meist anders aus. Dafür kann aber der Hotelier nichts, wenn man ab und zu auch mal dicke Bäuche oder stark tätowierte Gäste sieht. Bei den Wellnesshotels, die wir testen, ist es sogar oft so, dass es in der Realität noch schöner ist, als auf der Website. Denn online riecht man keinen Zirbenduft aus der Sauna oder spürt nicht Sonne auf der Haut.

**Was sind für Sie No-Gos in Top-Wellness-Hotels?**

Ein No-Go ist es, wenn die Hotelrezeption kurzzeitig nicht besetzt ist. Da denke ich dann: Das ist kein guter erster Eindruck. In Südtirol ist mir das zwar noch nicht passiert, aber es kommt immer mal wieder vor. Für manche Hotels ist es auch ein schwieriger Spagat zwischen Wellnesshotel und Familienausrichtung. Sie wollen einerseits den Bedürfnissen von Familien gerecht werden, andererseits Gäste nicht vertreiben, die zur Ruhe kommen möchten. Dann setzen sie ihre Kinderclubs in irgendeine dunkle Ecke. Da denke ich mir schon oft: Wieder ein Kinderclub im Keller. Es wird sich wohl ein schöner Raum mit Tageslicht finden.

**Sie testen weltweit Spitzenhotels. Was ist Ihnen bisher bei Tests in Südtirol besonders positiv aufgefallen?**

Südtiroler Hotels sind im internationalen Vergleich extrem innovationsfreudig und wegweisend. Das sieht man an Event-Saunas, Roof-Top-Pools, futuristischen Einrichtungen, Sternwarten in Suiten, Spa-Towers mit Deep-Sea-Relaxraum ... Vom Quellenhof über das Hotel Hohenwart und das Hotel Chalet Mirabell bis zum Preidlhof – die Hoteliers machen sich wirklich Gedanken darüber, wie sie ihre Gäste zur Tiefenentspannung führen können. Aber in Südtiroler Hotels gefällt mir auch der kreative Ansatz, Kunst zu integrieren. Etwa im Hotel Schwarzschmied mit Kunst von Hannes Egger oder im Thermenhotel mit Statuen von Wilhelm Senoner. Beim Essen sind die Südtiroler sowieso meisterlich und die Natur ist sensationell.

*Andrea Labonte, Mitbegründerin und Testerin des deutschen Wellness-Hotel-Portals „Wellness-Heaven“.*

A. LABONTE

### Die Hoteltesterin von „Wellness-Heaven“

Andrea Labonte (39) betreibt mit ihrem Mann seit 2006 das Bewertungsportal www.wellness-heaven.de (jährlich 17 Mio Seitenaufrufe). Das Paar und weitere 18 Hotel-Tester prüfen ausgesuchte Wellness-Hotels in Europa und Asien. Labonte hat bereits mehr als 230 Hotels und 370 Wellness-Anwendungen getestet. Unter anderem schreibt sie auch als Reiseexpertin für das Magazin „Focus“. Bei den Hoteltests wird ein Evaluierungskatalog mit über 500 Kriterien abgearbeitet. So kommen Einzelnoten in fünf Kategorien (Spa, Kulinarik, Zimmer, Lage und Service) sowie eine Gesamtbewertung zustande. Getestet wird nicht inkognito, sondern mit Voranmeldung. Was laut Labonte trotzdem verlässliche Ergebnisse liefert, weil die Hotels auf die 500 Kriterien kaum kurzfristig reagieren könnten. Labonte lebt mit Mann und zwei Kindern am Sternberger See in Bayern.

**Was kritisieren Sie an Südtirols Wellness-Häusern bzw. in welchen Bereichen gibt es noch Aufholpotenzial?**

Konstruktiv angeregt, könnte man noch mehr querdenken in Sachen Service. Vielleicht sollte man noch mutiger sein, etwa bei den Suite-Konzepten. In anderen Ländern gibt es Concierge-Services – von Gouvernanten für die Besucher der Suiten bis hin zur kleinen Schlaf-Apotheke. Man kann da vielleicht noch die ‚Extra-Meile‘ gehen und vorab fragen, welche Erwartungen Gäste haben oder sie beim Einchecken fragen, ob sie im Pack-Stress etwas vergessen haben und dann eventuell Zahnbürsten anbieten. Je mehr der Gast wertgeschätzt wird, je mehr er im positiven Sinne erstaunt und überrascht wird, desto besser gefällt ihm der Urlaub. Man sollte hin zu Erlebnissen, die einmalig sind und unvergesslich in Erinnerung bleiben. Die vorhin genannten Wellness-Treatments im Weinberg oder in der Apfelplantage – mit Apfelblütenduft in der Nase und Live-Gezwitscher von Vögeln – wären da natürlich ein ganz anderes Erlebnis, als in einem geschlossenen Raum.

> *Südtiroler Hotels sind im internationalen Vergleich extrem innovationsfreudig und wegweisend.*
>
> Andrea Labonte, Hoteltesterin von „Wellness-Heaven“

***Interview: Christoph Höllrigl***

*„Ich bin oft echt überrascht – obwohl ich viel sehe“, sagt Hoteltesterin Andrea Labonte über Südtiroler Wellness-Hotels. Im Bild das „Alpiana Resort“ in Völlan.*

*Ob Event-Sauna (i.B. mit Aufguss-Weltmeister Helmuth Haller im „Golf & Spa Resort Andreus“/Passeiertal) oder Roof-Top-Pool (i.B. im „Hohenwart Resort“/Schenna): Die heimischen Wellness-Hotels sind laut Hoteltesterin Labonte im internationalen Vergleich „extrem innovationsfreudig und wegweisend.“*

BILDER: WWW.WELLNESS-HEAVEN.DE