

Wenn Wellness schon im Internet beginnt

Die Website vom „Hotel Langenwaldsee“ wurde prämiert / Fast 50 Prozent der Gäste bucht online

FREUDENSTADT (dow). Einen „richtigen Luftsprung“ vollführten Peter Kaltenbach vom Hotel „Langenwaldsee“ und Andreas Müller von „Das Fotostudio“ dieser Tage. Der Grund: Die neue Internetpräsentation des Hotels wurde mit dem Wellvias Award in Silber ausgezeichnet.

Wer die Website **HYPERLINK** „<http://www.hotel-langenwaldsee.de>“ www.hotel-langenwaldsee.de aufruft, möchte sofort die Koffer packen. Musik zum Hinwegträumen und Vogelgezwitscher ertönen, und fährt die Maus auf das Hotellogo, perlen visuell Wassertropfen, formen Kreise und Ringe.

Kein Wunder, dass die von der Convias Communication GmbH, Offenbach, einberufene vierköpfige Fachjury schon von der Startseite begeistert war. Denn die Website eines Wellness-Hotels soll dem Besucher gleich von Anfang an ein Gefühl von Entspannung und Wohlbefinden vermitteln, so die Ausschreibungsbedingung.

Als Peter Kaltenbach, Miteigentümer des Hotels „Langenwaldsee“, vor einigen Wochen von dem Wettbewerb in einer Fachzeitschrift las, bewarb er sich mit seiner Internetpräsentation. Sie war von Andreas Müller und seine Mitarbeiterin Monika Klumpp frisch fertiggestellt und seines Erachtens durchaus gelungen.

Dass er aber unter 700 Einsendungen auf Anhieb 79 von 100 möglichen Punkten und damit den „Award Silber“ ergattete, überraschte alle Beteiligten dann doch. Daher der Luftsprung.

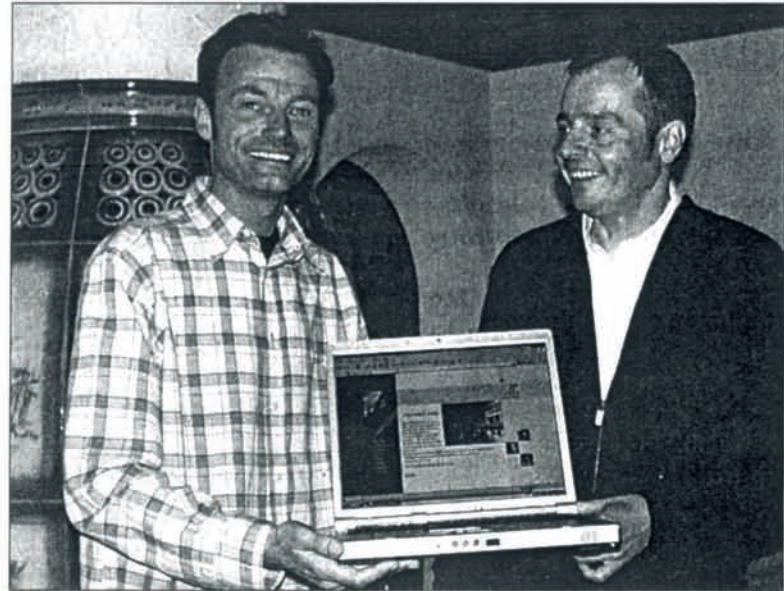
Im Internet präsent ist das Hotel „Langenwaldsee“ bereits seit fünf Jahren. „Das war die beste Investition, die wir je gemacht haben“, sagte Peter Kaltenbach. Fast die Hälfte der Reservierungen geschehen online.

Tendenz steigend. Mit der Möglichkeit der Internetbuchung verjüngte sich das Alter der Gäste, die Angebotschwerpunkte verschoben sich. Weg vom rustikalen, zünftigen Schwarzwaldimage, hin zum Lichten, Leichten, Feinstofflichen. „Die Leute suchten Seelenansprache“, sagt Kaltenbach. Was mit Massagen in einer Art „Bretterverhau“ begann, mauserte sich zum „Spa am See“ mit Ayurveda-Behandlungen und Kosmetik-Programmen.

Folglich bedurfte es auch eines neuen Internetauftritts. Vier Monate etwa brauchte es von der ersten Idee bis zur endgültige Realisierung. Dass Andreas Müller und Monika Klumpp damit gleich ein großer Coup gelang, ist für sie Kompliment und Ansporn zugleich.

Die Jury, besetzt mit Professoren der Fachhochschule Mainz und des Haus' der Medien Stuttgart, mit der Chefredaktion von Internet World und einem Mitglied aus dem Vorstand Deutscher Media Verband, bewertete Design, Emotionen, Inhalt und Technik. Bei der Technik errang die „Langenwaldsee“-Präsentation 19 von möglichen 20 Punkten, bei den Emotionen erhielt sie mehr Punkte als der „Award Gold“-Gewinner, das Ferienhotel Auerhahn am Schluchsee.

Emotionen erwecken die beiden Gestalter freilich nicht nur mit der Hintergrundmusik, sondern auch mit den Farben und mit der über Java gesteuerten Technik. Dabei öffnen sich die verschiedenen Fenster



Andreas Müller (links) von „Das Fotostudio“ in Freudensstadt, gestaltete den neuen Internet-Auftritt des Hotels „Langenwaldsee“. Auftraggeber Peter Kaltenbach bewarb sich damit und errang unter 700 Mitbewerbern den zweiten Platz. Mit dem „Wellvias Award Silber“ darf sich die Website nun schmücken. Bild: dow

sachte und langsam, die Bilder wechseln mittels Überblendung. „Die Auszeichnung ist auch eine Bestätigung für das Fotostudio Müller“, befindet Peter Kaltenbach. Positive Reaktionen auf die neue Website kamen auch schon von Gästen. Die Online-Bucher, das sind zumeist junge, gut verdienende Leute, die „abhauen wollen von Stress und Überflutung und sich einfach fallen lassen wollen in einem Ambiente, in dem sie unpräzise behandelt werden“. Das „Langenwaldsee“ bietet wohl dieses Ambiente, denn speziell an Wochenenden könnten die 60 Hotelbetten zweimal verkauft werden.

Doch an Vergrößern denken Pe-

ter und sein Bruder Michael Kaltenbach nicht. Sie fürchten, dass dabei die familiäre Atmosphäre ein Stückweit auf der Strecke bliebe.

Die zweite Gruppe, die das Internet nutzt, sind die Ausländer. Spanier beispielsweise sind häufig zu Gast. „Die können mit dem Begriff ‚Wellness‘ noch nicht viel anfangen, sind anfänglich auch sehr zurückhaltend, dann jedoch total begeistert“, so Peter Kaltenbach. Auch den spanischen und italienischen Markt erachtet er als sehr interessant. Deswegen wird es bald auch eine spanische, italienische und französische Version des Internet-Textes geben. Die englischsprachige Version existiert bereits.