

Panorama Resort&Spa in Feusisberg vereint Business und Leisure.

# «Wir leben vom Wasser»

*Ursula Wulfsen-Dütschler  
Fotos Francesca Giovannelli*

Vreni und Paul Rüegg, Besitzer und Direktionsehepaar im Panorama Resort&Spa in Feusisberg, investierten über 20 Millionen Franken in die Neuausrichtung ihres Betriebes. Neben dem Seminar-, Bankett- und Restaurationsbereich spezialisierten sie sich auf Wellness. Im kürzlich eröffneten Neubau entstanden 28 Junior-Suiten und eine für die Schweiz einzigartige Erholungs-Oase.





Das Panorama Resort&Spa trägt seinen Namen zurecht. Die Aussicht von den Zimmern, der Terrasse und dem Schwimmbad aus ist beeindruckend. Zu Füßen liegt der Zürichsee, gegenüber strahlt die Goldküste und in der Ferne ist die Stadt Zürich zu erkennen. Richtung Osten öffnet sich der Blick über die Insel Ufenau hinweg bis nach Rapperswil. Selbst von der Rückseite des Gebäudes blickt der Gast auf Kirschbäume, Wiesen und die Hügel des Etzels.

Durch diese ländliche Gegend führt die Zufahrt über eine Allee zu den beiden bescheiden wirkenden Gebäuden. Von hier aus lässt sich noch nicht erahnen, dass sich im linken Teil ein seit 30 Jahren bekanntes

Seminarhotel sowie zwei gepflegte Restaurants befinden und im Neubau 28 Junior-Suiten und eine in der Schweiz einzigartige Spa-Anlage untergebracht sind. Nur das riesige Glasdach vor dem Verbindungstrakt deutet auf einen speziellen Ort hin.

Ein Ort, der Business und Leisure vereint, an dem zwei scheinbar gegensätzliche Welten aufeinander stossen, sich vermischen und ergänzen. In der lichtdurchfluteten Eingangshalle unterhalten sich Seminargäste während ihrer Kaffeepause, bevor sie sich wieder in ihre Räume im Untergeschoss zurückziehen. Erholungssuchende lassen sich an der speziell für den Spa-Bereich errichteten Theke die Anwendungen erläutern. Restaurantbe-

*Linke Seite: Durch eine Allee erreicht der Gast das Panorama Resort&Spa in Feusisberg. Der Zwischentrakt mit dem markanten Glasdach verbindet den Alt- mit dem Neubau. Vreni und Paul Rüegg kauften vor fünf Jahren das Hotel Panorama und führen es gemeinsam.*

*Rechte Seite: Auf dem Dach des bestehenden Gebäudes entstand die P-Lounge, die wie das Restaurant von der Innenarchitektin Marianne Gauer eingerichtet wurde (oben links). Auch vom neu-erstellten Roof-Top-Restaurant «Cielo di P» aus geniessen die Gäste eine fantastische Aussicht (oben Mitte und rechts). Das Hotel trägt den Namen zurecht. Das Panorama ist beeindruckend (unten).*

sucher streben ungehindert ihrem Ziel zu oder geniessen während der Fahrt im Glaslift ins neue Dachrestaurant das Panorama. Im Bankettsaal wird ein Familienfest gefeiert, während auf der Terrasse einige Touristen von



Asiatische Einflüsse in den Bädern und im Interieur.

der Fernsicht begeistert sind. «Die Lage hat auch mich von Anfang an fasziniert», erinnert sich der Besitzer und Hoteldirektor Paul Rüegg.

1983 trat er die Stelle als Vizedirektor im damaligen Hotel Panorama an, 1990 wurde er Direktor und sieben Jahr später kauften er und seine Frau Vreni im Management-Buy-out die ganze Anlage von der Migros. Es sei ein Risiko gewesen und es habe Mut gebraucht, um als Familienaktiengesellschaft eine solche Grossinvestition zu wagen. «Aber es war mir ernst.»

### Investieren in die Zukunft

Paul Rüegg, der im Toggenburg aufgewachsen ist und nach der Servicefachlehre und dem SHV-Unternehmensseminar im Ausland tätig gewesen war, hatte sich während seines Betriebsökonomie-Studiums ausführlich mit der Wirtschaftlichkeit und Rendite in der Hotellerie und Gastronomie auseinandergesetzt, um sich des Risikos bewusst zu sein. Er war bereit, mit seiner Frau und den beiden inzwischen erwachsenen Söhnen Patrik und Pascal das Hotel Panorama zu ihrer Lebensaufgabe zu machen.

«Noch mehr Mut als damals beim Kauf benötigten wir für die jetzige Neuausrichtung», relativiert der Direktor den Entscheid vor fünf Jahren. Der Betrieb läuft zwar gewinnbringend, aber die Neuinvestition von 20 Millionen Franken musste in einen zukunftsorientierten, sicheren Bereich angelegt werden. Die Frage war nur, in welchen. Dem Besitzer Ehepaar war von Anfang an bewusst, dass sie nur vom Standort her und als Seminar- und Tagungsort keine längerfristige Überlebenschance haben würden.

«Als wir das Hotel kauften, wussten wir, dass wir etwas ändern und in die Zukunft investieren mussten.» Sie suchten nach einer Möglichkeit, wie sie neben dem Seminar- und

Bankettbereich und der Restauration die Auslastung vor allem an den Wochenenden erhöhen konnten. Sie entschieden sich für den Wellness- und Wellfeeling-Bereich. «Er ist eine Bereicherung für unsere Businessgäste, aber natürlich wollten wir auch vom steigenden Bedürfnis nach Erholungs- und Wohlfühl-Ferien profitieren.»

Bis zum Neubau hätten sie vom See, beziehungsweise von der Aussicht auf den See gelebt. «Jetzt verfügen wir über den Spabereich und leben im doppelten Sinn vom Wasser.» Spa ist die Abkürzung des lateinischen Ausdrucks «sana per aquam», was «gesund durch Wasser» heisst. Paul Rüegg sieht ein grosses Potenzial für eine professionell geführte Spa-Anlage im Grossraum Zürich. Etwas Vergleichbares gibt es in der Region nicht. «Das Angebot richtet sich an berufstätige jüngere und junggebliebene, gesundheitsbewusste Gäste, die hier an einem Wochenende oder während den Ferien auftanken wollen.»

### Erste Umsatzsteigerung

Um den Bereich wirtschaftlich führen zu können, ist er jedoch auf Einzelgäste aus der Umgebung angewiesen. Members können für einen Jahresbeitrag von 3200 Franken alle Einrichtungen benutzen, darin inbegriffen sind Mahlzeiten im Wert bis zu 500 Franken. Bereits haben sich 80 Mitglieder aus der Region eingeschrieben. Einsteiger können für 250 Franken im Tag ebenfalls alle Anlagen benutzen.

Dank den im Herbst 2001 neu erstellten 28 Junior-Suiten im Neubau konnte das Hotel im ersten halben Jahr bereits eine Umsatzsteigerung von 30 Prozent gegenüber dem Vorjahr verzeichnen. Aber auch der Wellnessbereich, der im Mai eröffnet wurde, habe bereits Synergien mit dem Seminargeschäft geschaffen. Zurzeit erzielt der Betrieb den

Hauptumsatz noch immer von der Gastronomie. Zwei Drittel des Umsatzes werden im Food & Beverage erreicht. Paul Rüegg hofft, bald 40 Prozent des Umsatzes aus dem Logement erzielen zu können.

Trotzdem war für ihn klar, dass neben dem Angebot auch die Gastronomie erweitert werden musste. Die gepflegten, kulinarischen Genüsse stehen bei ihm hoch im Kurs. «Wir pflegen seit sechs Jahren eine natürliche Küche und machen alles selber, vom Rösten der Salzmandeln über die Ravioli bis zu den Pralinen.» Sie hätten zwar höhere Lohn- aber kleinere Warenkosten. In der Küche stehen 30 Mitarbeitende, davon 22 ausgebildete Köche und drei Bäcker-Konditoren. Im Service sind 30 bis 40 Personen beschäftigt.

### Vom Himmel des Panorama

Um das kulinarische Angebot zu steigern, wurde das Dach des Altbaus aufgestockt und das attraktive à la carte Restaurant «Cielo die P» mit eigener Küche gebaut. «Wir wollten bewusst einen Gegenpol zum bestehenden Restaurant «Seasons» im Parterre schaffen, wo weiterhin einheimische und internationale Gerichte serviert werden», erklärt Paul Rüegg die Neustrukturierung.

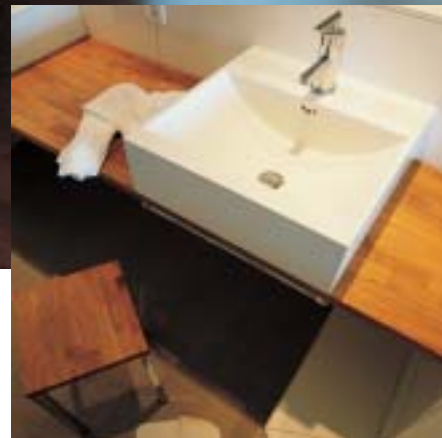
Der Menükarte entsprechend, die leichte, mediterrane Speisen enthält, hat die Innenarchitektin Marianne Gauer ein beschwingtes, modernes, auf das Minimum reduziertes Interieur gewählt. Zum Auftakt oder zum Ausklingen des Abends steht eine im Stil der 60er Jahre eingerichtete Zigarren-Lounge zur Verfügung. Pianomusik sorgt für eine entspannte Atmosphäre. Vom «Cielo die P», dem «Himmel des Panorama» aus scheint die Aussicht noch umwerfender zu sein. «Vor allem abends, wenn die Sonne langsam untergeht, ist hier der Hauch südländischer Lebenslust zu spüren», schwärmt der Direktor.

# Kein trendiges, sondern ein nachhaltiges Interieur

Im letzten Herbst wurde der Neubau mit unterirdischer Garage, dem Spa-Bereich und 28 Junior-Suiten fertig erstellt. Von den Zimmern aus gelangen die Gäste mit dem Lift direkt in den Wellness-Bereich, ohne dass sie an der Rezeption vorbeigehen müssen oder den Seminar- und Tagungsgästen begegnen. Bewusst hat das Direktionsehepaar kein trendiges, sondern ein nachhaltiges Interieur

gewählt. Die Hotel- und Restaurant-Innenarchitektin Marianne Gauer hat die 45 Quadratmeter grossen Räume in einem orientalisches beeinflussten Stil eingerichtet. Für die Erholungssuchenden wurde eine beruhigende Atmosphäre geschaffen mit den klassischen Farben Blau, Violett und weissen Wänden, oder in den warmen mediterranen Tönen Braun, Anthrazit und gelben Wänden.

Weder Bilder noch Teppiche oder schwere Stoffe belasten den Gast. Der Kirschholzparkett und die in der Schweiz aus Kirschholz extra angefertigten Möbel wirken leicht. Damit die Gäste den allgegenwärtigen Zürichsee auch von der Sitzwanne aus sehen, wurde zwischen Bade- und Schlafzimmer eine Glaswand eingesetzt. Im Eingangsbereich und Badezimmer liegen Sandsteinplatten.

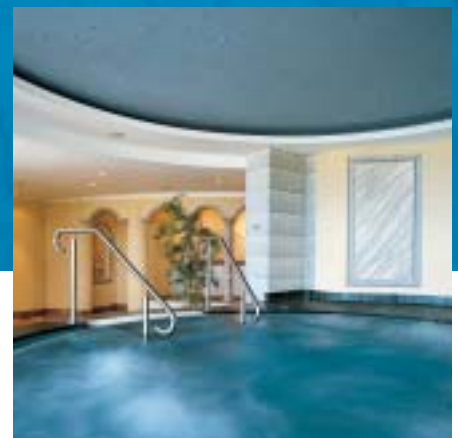




Im «Akari» inhalieren, schwitzen, regenerieren, schwimmen, entspannen.

## Nach dem Perlenbad in die Edelsteingrotte

Auf den unteren zwei Geschossen des Neubaus bietet das Panorama Resort&Spa eine einzigartige Vielfalt an Wellness- und Well-  
feeling-Möglichkeiten an. In der Oase von 2000 Quadratmetern  
Oberfläche geniessen die Gäste Erholung und Regeneration – und  
natürlich die Aussicht auf den Zürichsee.





Mit dem Spa-Bereich «Akari», was auf Japanisch Licht bedeutet, schufen Vreni und Paul Rüegg eine für die Schweiz aussergewöhnliche Vielfalt an Wellness-Angeboten. Sie orientierten sich an bestehenden Anlagen im Fernen Osten und in Jordanien. Am meisten liessen sie sich jedoch von den österreichischen Angeboten beeinflussen.

«Die Österreicher sind im Wellness den Schweizern um zehn Jahre voraus», hat der Hoteldirektor festgestellt. Entstanden ist eine eigenwillige Mischung aus traditionellen und neuartigen Angeboten und aus asiatisch beeinflussten Welten, die in dieser Zusammensetzung einmalig ist. Sie achteten darauf, dass ausschliesslich Naturprodukte, wie etwa Natursteine, als Baumaterialien verwendet wurden.

Im Zentrum des «Akari» steht die Rezeption, wo sich alle Wellnessgäste anmelden und ihre Behandlungen buchen. Das «Akari» teilt sich

in die Bereiche Beauty und Thermen ein. Der Thermenbereich ist frei zugänglich und die Benutzung im Zimmerpreis inbegriffen. Für die Beauty-Abteilung sind Anmeldungen erforderlich. Die Behandlungen, Massagen und Therapien sind frei wählbar, es bestehen spezielle Packages, wie etwa «Anti-Stress» oder «Weekend Spa harmony facial and body». In jedem Bereich steht den Gästen gratis ein Buffet mit Getränken und leichten Speisen zur Verfügung. Acht Fachleute sind fest angestellt und sorgen an sieben Tage pro Woche für das Wohlbefinden der Gäste.

#### Löwe speit Eiskristalle

Im Beauty-Bereich beeindruckt das japanische Luxusbad. Nach dem Aufwärmen im Aromadampfbad folgt die wohltuende Seifenbürstenmassage auf der beheizten Marmorliege. Danach entspannt sich der Gast im Jasmin-Sprudelbad, erhält eine Massage und

*Linke Seite: Im und vor dem Neubau entstand eine grosse Badelandschaft. Das neugebaute Aussenschwimmbad ist direkt mit dem Innenbad verbunden. Im Zentrum der Saunen, Dampfbäder und Liegeräume befindet sich das Whirlpool.*

*Rechte Seite: Das Angebot im Thermenbereich ist vielfältig: Kneippbach, Edelstein-Dampfbad, Bio-Kräuter-Sauna (obere Reihe), Inhalationsgrotte (unten).*

ruht sich auf den original Tatami-Matten aus. Ebenso verlockend wirkt die riesige Muschel aus Kunststoff. In ihrem Innern, im Perlenbad «Belle Epoque», geniesst der Körper verschiedene Packungen, Membranmassagen und Therapien. Die Wirkung der Meeresalgen erfährt der Gast im Thalassobad, während im Serailbad feuchte Packungen aus Heilerde, Salzschlack oder Fango aufgelegt werden. In verschiedenen Therapieräumen werden Ayurveda und Shiatsu massagen und Lymphdrainage angeboten.

Im Thermenbereich, der viel grösser ist als der Beautybereich, entdeckt der Gast stets neue



*Im Beauty-Bereich locken verschiedene Massagen, Schönheitsbäder und Therapien: Perlenbad, Thalassobad, Japanisches Luxusbad mit Erholungsraum im Hintergrund (obere Reihe). Auch vom Tepidarium aus ist der Blick frei auf die Landschaft (unten).*

Saunakabinen, die zum Schwitzen, Inhalieren und Dampfen einladen und die Gesundheit und das Wohlbefinden fördern. Die Schwitzstube ist traditionell mit Holz ausgekleidet, die romantische Sole-Inhalationsgrotte und die Edelsteingrotte erinnern an Bäder aus 1001 Nacht. Im Römischen Trocken-Schwitzbad kann sich der Körper entschlacken und entgiften, im Kräuterdampfbad riecht es verlockend nach Heublumen und Lavendel, während im Caldarium der Dampf eine wohlige Wirkung auf Psyche und Nerven ausübt. Natürlich fehlen im Panorama auch der Kneippbach und das Fussesprudelbecken nicht. Zum Abkühlen nach dem Schwitzen stehen aus hygienischen Gründen keine Kaltwasserbecken zur Verfügung, sondern Eiskristalle: Ein Löwe speit Flockeneis-Stücke, mit denen der Gast seinen Körper einreiben und abkühlen kann.

Das Zentrum der grosszügigen Anlage bildet das Whirlpool, umgeben von Ruheliegen. Von hier aus wie auch aus dem Tepidarium, in dem sich die Gäste auf erwärmten Kacheln erholen, ist die Aussicht auf den Zürichsee beeindruckend. Seit Ende Juni ist auch das Untergeschoss fertig erstellt. Ein Aussen- und ein Innenschwimmbad mit einer Wassertemperatur von 32 °C sorgen im Winter und Sommer für Erfrischung. Zudem stehen den Gästen Fitness-, Kraft- und Ausdauergeräte sowie ein Gymnastik- und Konditionssaal zur Verfügung. Die Vielfalt an Angeboten zur Erholung, für das Wohlbefinden und die Schönheit scheint den Gästen zu gefallen. Auch die freie Benutzung aller Anlagen wird geschätzt. «90 Prozent unserer Gäste im Spa-Bereich sind 20- bis 40-Jährige», hat Paul Rüegg bereits festgestellt. Vor allem an Wochenenden kämen oft Paare aus der Region Zürich, um sich vom Alltag zu erholen. Die Nähe zur Stadt, das einmalig vielfältige Angebot und die Aussicht auf den See und die Natur zählt der Direktor zu den Vorteilen seines Hauses.

## Zahlen und Fakten Panorama Resort & Spa, Feusisberg

**Besitzer/Direktion:** Vreni und Paul Rüegg kauften das Hotel Panorama 1997 von der Migros.  
**Ausrichtung:** Business, Bankette und Leisure  
**Klassierung:** Viersterne-Niveau im bestehenden Hotelkomplex, Fünfsterne im Neubau.  
**Infrastruktur bestehender Hotelkomplex (1972 gebaut, 1987 für 20 Millionen Franken renoviert):** 116 Zimmer, zahlreiche Seminar- und Bankett-räume. Zwei Restaurants, Terrasse.  
**Infrastruktur Neubau (2001):** Verbindungsbau zwischen Alt- und Neubau mit Rezeption. 28 Junior-Suiten mit Aussicht auf den See. Spa-Bereich «Akari» 2000 m<sup>2</sup>, unterirdische Garage.  
**Investition Neubau:** 20 Millionen Franken.  
**Auslastung Hotel:** 78 Prozent montags bis donnerstags, schwache Wochenenden.  
**Ziel Ende 2003:** 80 Prozent Auslastung an sieben Tagen, vor allem Steigerung der Wochenend-Belegung.  
**Umsatz:** 10 Millionen Franken in 2001, Ziel Ende 2002: 13 Millionen Franken, Ziel Ende 2003: 15 Millionen Franken.  
**Aufteilung Umsatz:** 68 % F+B, 32 % Logement, Ziel 2002: 60 % F+B, 40 % Logement.  
**Cash Flow:** 15–20 %. Tendenz steigend.  
**Mitarbeiter:** 110 Personen.