

Gesundheit – der Markt der Zukunft

Gastkommentar von Dr. Franz Linser

Die Trendforscher sind sich einig wie selten. Das Grundbedürfnis nach Gesundheit, nach Harmonie, Selbstfindung und einem langen Leben war noch nie so groß. Der tiefe und sehnlich empfundene Wunsch – alt zu werden und dabei möglichst jung zu bleiben – stellt somit einen fast unerschöpflichen Rohstoff für die Gesundheits- und Wohlfühlhotellerie dar.

Mit diesem gewaltigen sozial- und gesundheitspolitischen Potential gilt es allerdings höchst vorsichtig und professionell umzugehen. Denn schneller als in anderen Bereichen werden von den zahlungskräftigen aber durchaus kritischen Besuchern der heimischen Wellness-Einrichtungen Mogelpackungen erkannt sowie Scharlatane, Mitschwimmer und Billigkopierer der Branche entlarvt.

Es wird in Zukunft nicht mehr genügen, dem Gesundheitsgast einen schnell hingebauten Wohlfühl-Tempel mit allerlei technischem Schnickschnack vorzusetzen und lediglich „Instant Wellness“ ohne fachlichen und mentalen Tiefgang zu offerieren. Diese „Wünsch-dir-was-Wellness“ der ersten Generation, bei der der Gast quasi per Mausclick zwischen Klangschalen, Heubad, Ayurveda und Tiroler Steinöl surfen konnte, ist bereits heute für viele nur mehr mäßig originell.

Das Neue, das Exotische reizt zwar zunächst. Wild durcheinander angewandt und ohne erkennbare Gesamtwirkung verläuft sich dieser „Jahrmarkt des Wohlfühlens“ jedoch bald im Nichts. Von allem etwas aber nichts von durchdachter und wirkungsvoller Substanz. Einen Grund zum Wiederkehren liefert so ein Konzept nicht. Denn was jeder kann, wird sehr bald im Gesundheitsregal eines südlicheren oder östlicheren Touristikers billiger feilgeboten werden.

Am Mega-Gesundheitsmarkt der kommenden Jahre werden daher nachhaltige Wirkungen erzielt werden müssen, wenn der Gast an das Haus gebunden werden soll. Moment-Wellness wird nicht mehr genügen. Der Gast erwartet sich für das viele Geld, das er in den wenigen Tagen für seine Gesundheit investiert, dass er in irgendeiner Weise verändert nach Hause fährt. Sei es, dass er gesünder ist, schlanker, biologisch verjüngt, sportlicher, neu motiviert für ein gesünderes Leben danach, ausgestattet mit praktischen Tipps für Essen, Bewegung und



Entspannung oder ganz allgemein mit positiveren Denkmustern und einem veränderten Selbstbild aufgeladen.

Wenn die Gegend, das Klima, die Kultur, der Ort, das Zimmer, das Essen, die Architektur, das Lächeln der Mitarbeiter, deren professionelle Hände, Fürsorge, Anleitungen und Produkte allesamt positiv miteinander kommunizieren, dann wird das „Gesamtkunstwerk“ Gesundheitsurlaub gelingen. Wenige Länder verfügen über ähnlich gute Voraussetzungen wie Tirol, wenn man nicht nur Teile (wie das Wetter) sondern eben das gesamte Spektrum in Betracht zieht.

Ein Konzept, das das gesamte Haus umfasst, das vom Chef gelebt und von sämtlichen Mitarbeitern verstanden, verinnerlicht und mitgetragen wird.

Die Entwicklungspotentiale sind in diesem Bereich gigantisch und noch nicht einmal annähernd ausgeschöpft. Derzeit sind konsequent durchdachte Gesamtkonzepte erst marginal wahrzunehmen. Eine Diversifizierung des Marktes im Hinblick auf spezifische Angebotsgruppen hat de facto noch nicht stattgefunden. Ebenso birgt die gezielte Forschung und Entwicklung im Bereich tirolspezifischer bzw. alpenländischer Gesundheitsprodukte und Anwendungen noch große Marktchancen in sich.

Ein gewisses Problem scheint allerdings darin zu liegen, dass sich viele – an sich investitionsfreudige – Hoteliers angesichts der Komplexität und Dynamik der neuen Herausforderungen fachlich überfordert fühlen. Sie halten Ausschau nach Personen und Organisationen, die in der Lage sind, den Themenkomplex „Wellness und Gesundheit“ gesamthaft zu überschauen, Entwicklungstendenzen und Marktnischen zu erkennen und auf ihr spezielles Haus und seine Besonderheiten gewinnbringend zu adaptieren.

Aus dieser tourismuspolitischen Notwendigkeit heraus hat sich die Clusterkooperation „Tirol Wellness“ gebildet. Als erste derartige Kooperation übernimmt Tirol Wellness eine Vorreiterrolle im heimischen Gesundheitstourismus, indem sie das spezifische Know-how ihrer weit über 50 Partnerfirmen – Unternehmensberater, Architekten, Produzenten, Spa-Consultants, Designern, Top-Gewebetreibenden, Dienstleistern, Wissenschafts- und Ausbildungsinstitutionen – systematisch bündelt und der Hotellerie zur Verfügung stellt. Tirol Wellness versteht sich als professioneller Partner in allen Fragen der Konzepterstellung, der Planung und Ausführung bis hin zum Betrieb einzigartiger Wellness- und Gesundheitsanlagen.

Durch die Einbindung hochkarätiger heimischer Bildungsinstitutionen in den Cluster ist dabei erstmals der dringend notwendige Brückenschlag von den Konstrukteuren und Anlagenbauern hin zu den Betreiberkonzepten und Mitarbeitern der Wellness-Anlagen gelungen. Denn ohne deren zielgerichtete und fundierte Qualifikation – menschlich wie fachlich – ist heute auch der schönste Gesundheitstempel nicht mehr nachhaltig mit zufriedenen und wiederkehrenden Gästen zu füllen.

Das Erfolgskonzept im internationalen Gesundheitstourismus liegt somit in der Symbiose von architektonisch und funktionell herausragenden Gesundheitsanlagen (Hardware) und wirksamen Anwendungskonzepten aus den Händen qualifizierter und einfühlsamer Mitarbeiter (Software).

Wer seine Unternehmensvision konsequent auf diesen beiden Grundpfeilern aufbaut und sich auf dem Weg dorthin von professionellen Partnern begleiten lässt, der wird nachhaltig am touristischen Gesundheitskuchen der kommenden Jahre mitnaschen können. Denn dann gehört ihm der Markt der Zukunft.

Dr. Franz Linser ist Vorsitzender der Cluster-Kooperation Tirol Wellness und Geschäftsführer des Beratungsunternehmens „Body Management. Health & Fitness Consulting“. Als Konsulent und Seminartrainer liegt ihm seit jeher an fachlich fundierten, authentischen und qualitativ hochstehenden Gesundheitsangeboten in der heimischen Hotellerie.
linser@tirolwellness.info
www.tirolwellness.info