

# Tirol Wellness genießt internationale Anerkennung

Von einer ursprünglich reinen Herstellergruppierung reifte der Tirol-Wellness-Cluster seit der Übernahme durch Dr. Franz Linser vor etwa drei Jahren zu einer Unternehmenskooperation mit über 60 vorwiegend heimischen Mitgliedsbetrieben, deren Branchenfärbung bemerkenswert und niveauvoll ausgewogen ist.

Text und Fotos: Renate Linser

econova führte ein Gespräch mit dem Cluster-Vorstand, der mit seinen professionellen und klar definierten Vorstellungen federführend verantwortlich für eine Erfolgsgeschichte zeichnet, welche mittlerweile auf internationalem Boden respektvolle Beachtung findet.

**econova: „Cluster“, ein zusehends viel strapazierter Begriff – wie definieren Sie ihn für Tirol Wellness?**

Franz Linser: Gesundheit und Wohlbefinden sind eine Lebenshaltung, ein Lebensstil, wenn Sie so wollen. Das kann sich nicht auf ein paar Urlaubstage beschränken. Am Beginn meiner Tätigkeit wurde daher mit den Mitgliedern vereinbart, sich grundsätzlich in drei strategischen Bereichen zu bewegen: im Urlaub, am Arbeitsplatz und im privaten Bereich. In dem bei uns bedeutsamsten Bereich – dem Tourismus – möchte sich der Cluster als professioneller Partner für die heimische Hotellerie positionieren. Um dies bewerkstelligen zu können, haben wir den Weg einer konsequenten Internationalisierung gewählt. Diese Entscheidung hat sich als sehr erfolgreich und richtig erwiesen.

**Aus welchen Segmenten setzt sich diese Unternehmensgruppierung zusammen?**

Aus einer guten Mischung von Anlagenbauern, Planern, Architekten und Spa-Consultants, aus Herstellern von

hochwertigem Fitness-Equipment, Lifestyleprodukten, Beauty und Medicalcare, aber auch – und das ist einzigartig – aus Fortbildungsinstitutionen. Mit einem Wort: Bei uns finden Sie Vertreter der gesamten gesundheitstouristischen Wertschöpfungskette.

**Welchen konkreten Vorteil hat der Hotelier von einer Zusammenarbeit mit dem Tirol-Wellness-Cluster?**

Er bekommt bei uns alles aus einer Hand. Die Hardware, die Software und die Ausbildung. Dadurch werden bei uns einseitige Beratungssünden vermieden. Nicht „Bau schnell, bau viel, bau groß“, sondern „Bau klug!“ lautet unsere Devise. Um dabei stets von den Besten lernen und künftige Entwicklungen antizipieren zu können, versuchen wir weltweit aktuelle Trends aufzuspüren, sei es durch Kongress- und Messebesuche oder durch intensives internationales Networking.

**Durch welche aktiven Maßnahmen konnte die Tiroler Wellness-Vereinigung international auf sich aufmerksam machen?**

Beginnend damit, dass wir im Februar 2006 eine der weltweit führenden Spa-Konferenzen in London besuchten. Kurze Zeit darauf folgte eine höchst interessante Exkursion in Dubai samt Messebesuch und intensiver Spa-Tour, u. a. im Burj al Arab. Weiters konnten wir an einer hochkarätig be-



Dr. Franz Linser



setzten Konferenz mit Spa-Direktoren aus Middle East teilnehmen. So nutzte Tirol Wellness die Gelegenheit, erstmals auf dem Radar des exklusiven und weltweiten Wellness- und Spa-Tourismus wahrgenommen zu werden. Bei einem Wellness-Summit in Frankfurt im Herbst vergangenen Jahres mit Teilnehmern aus ca. 20 Nationen hatten wir wohl die „Jahrhundert“-Chance, ein Konzept der Gesundheitsdestination Tirol diesem großen internationalen Publikum zu präsentieren. Dabei hat der ganzheitliche, naturverbundene und medizinisch fundierte Ansatz Tirols international große Beachtung gefunden. Umgekehrt habe ich dort aber den Eindruck gewonnen, dass wir in den Bereichen Spa-Management, Profitabilität, Marketing und Kundenorientierung von den Asiaten und Amerikanern noch viel lernen können.

#### Welche „Nachwehen“ resultierten aus diesen Kontakten?

Dieser Auftritt hat letztlich dazu geführt, dass uns jetzt angeboten wurde, 2008 einen weltweiten Spa-Kongress in Tirol zu organisieren. Gespräche mit möglichen Partnern und Sponsoren haben bereits begonnen. Weiters habe ich eine Einladung erhalten, im Mai in New York in einer sehr exklusiven Expertenrunde von „Leaders in the Spa-Industry“ unser Tirol-Wellness-Konzept zu erläutern. Die gezielte Bündelung von Know-how aus unterschiedlichen Fachbereichen wird dort als richtungweisend gesehen. Auch in der Schweiz gibt es bereits einen Nachahmer unseres Clusters. Darauf können wir stolz sein.

#### Wohin soll der künftige Cluster-Weg führen?

Die Aufbauarbeit ist getan. Auf heimischem Boden sind unsere Initiativen interessanterweise noch vergleichsweise weniger bekannt. Aber unser enges Finanzkorsett reichte leider nicht für umfassendere Marketingaktivitäten. Daher ist jetzt der richtige Zeitpunkt für einen mutigen Entwicklungsschritt gekommen. Dieser wird sich in der Zusammenführung weiterer konstruktiver Tiroler Initiativen unter Federführung einer potenten und finanzstarken Trägerorganisation manifestieren. So finden derzeit intensive Kooperationsgespräche u. a. mit der Tiroler Zukunftsstiftung und der Tirol Werbung statt.

#### Welche tendenzielle Entwicklung streben Sie damit an?

Die begonnene Pionierarbeit dieser zukunftsweisenden Initiative muss in den kommenden Jahren professionell weitergeführt und intensiviert werden. Dies muss durch eine noch bessere Vernetzung und vor allem mit größeren finanziellen Kapazitäten geschehen. Der gesundheitstouristische Markt ist lukrativ. Aber er ist auch sehr dynamisch und international hart umkämpft. Wer in dieser Liga mitspielen will, muss internationales Spitzenniveau im Spa- und Hospitalitybereich bieten und dieses Niveau glaubwürdig mit heimischen Methoden und Behandlungen umsetzen. Zur Erreichung dieses hohen Ziels stehen wir als kompetenter Partner zur Verfügung.