

»Wir haben zu viel auf die Architekten gehört!«

HÖCHSTE ZEIT FÜR NEUE WELLNESS-PIONIERE, WEISS UNTERNEHMENSBERATER UND SPORTWISSENSCHAFTLER DR. FRANZ LINSER



Wir würden geändertere Lebensstile und Gesundheitsbedürfnisse entdecken, ein Suchen nach neuen Wohlfühlstrategien, nach Sinn, nach Stille, nach Auszeit, nach Begleitung und Beratung.

Sie nennen diese Umorientierung „Profiling statt Renovierung“. Was heißt das konkret?

Seit Jahren sind wir uns einig, dass es heute einer besonderen Profilingung bedarf, um in der großen werten Wellnesswelt zu müssieren. Daher bauten wir die Häuser größer und schöner. Wir haben sie „designed“. Aber wurden sie dadurch unterschiedbarer? Zweifel sind angebracht. Teurer wurden sie auf jeden Fall. Vor allem für den Hotelier. Mit den bekannten Ergebnissen: „Bäder-Bau statt

Know-how“ könnte man es etwas zynisch auf den Punkt bringen. Die übermäßig infrastrukturelastigen Wellnesskonzepte in unseren Breiten sind auch nur selten wirtschaftliche Erfolgsmodelle. Wir haben zu viel auf die Architekten gehört.

Aber von perfekten Infrastrukturen profitiert doch der Gast, oder etwas nicht?

Sicherlich! Jedoch vergaß man darüber, dass der neue Wellness-Konsument nicht mehr jenen Behandlungsjahrmarkt sucht, den wir dabei waren zu bauen, sondern Ruhe, Rückzug, Stressreduktion, Glück, das gute Einfache, das Edle. Er will nicht mehr Ablenkungen und Moment-Wellness, sondern Lösungen für die Zeit danach. Und dazu hätte es die siebte Dampfsolarkräterdufturboakuna nicht gebraucht. Hingegen sind folgende Fragen ausschlaggebend: Welche Typen bedienen sich, welche Lebensstile haben sie, welche Gesundheitsstrategien verfolgen sie, auf welche Art der Kommunikation legen sie Wert. Und schließlich: wer kocht? Diese Fragen sind der Schlüssel zur neuen Wellness-Welt. Und einige Türen sind bereits geöffnet. Der Markt stellt sich um. Die reinen Verwöhnprogramme stagnieren, die Prävention ist im Vormarsch. Ablenkung, Zerstreuung und „Von-jedem-Etwas“ ist „out“. Sich dem Lebensstilproblem stellen und Lösungsansätze zu erhalten, ist hingegen „in“.

Dr. Franz Linser ist geschäftsführender Gesellschafter der Linser & Partner Consulting GmbH. Zusammen mit seinem Expertenteam plant er strategische Unternehmens- und Urlaubskonzepte für die internationale Wellnesshotellerie.

Wellness Magazin: Finanzkrise, Buchungsrückgänge, die Experten warnen vor Panik und Preissenkungen ... Wie stark ist der Wellness-Tourismus betroffen?

Dr. Franz Linser: Zunächst ist festzustellen, dass in Krisenzeiten meist genau das geschieht, wovor man warnt: Panik und Dumpingpreise. Wenn eine Tür, die bisher leicht zu öffnen war, nun plötzlich nicht mehr aufgeht, dann rütteln wir x-mal, im Allgemeinen mit zunehmender Intensität. Innezuhalten und sich in Ruhe nach dem Schlüssel umzusehen, wäre zielführender. In der Hotellerie äußert sich dieses Rütteln an den Türen in Form weiterer Saunen, Pools und All-inklusive-Bufferets. Zur Unterscheidung vom Wettbewerb hat es schon bisher nicht mehr wirklich beigetragen, zur Verlängerung der Aufenthalte sowieso nicht – dennoch war und ist es so. Fast trotzig, so hat man den Eindruck, halten wir an den Überlegungen der Wellness-Pioniere fest: Bäder und Saunen bauen, fertig.

Und das funktioniert heute nicht mehr ...

Demals war das ein Erfolgskonzept, weil es nur zehn Häuser gemacht haben und die Nachfrage das Angebot bei Weitem übertraf. Heute machen es Zehntausend. Das mindert die Attraktivität.

Nehmen wir einmal an, es gäbe Panikmache und dieses Nachbauen das tausendfach Vorhandenen nicht. Was wäre denn dann?

Nehmen wir an, wir würden innehalten und unseren Blick auf die Wellness-Suchenden richten statt auf den Wettbewerb. Nehmen wir an, wir würden – um beim obigen Vergleich zu bleiben – anstatt an der Tür zu rütteln uns nach den Erfolgsschlüsseln künftiger Hotelkonzepte umsehen,

»Die Seele hat auch Hunger.«

Emilia Zola



Vorzugmodelle

Das Ziel lautet »Face-to-face wellness coaching«

VON WEM WIR LERNEN KÖNNEN: SPEZIALISTEN IN ERWEITERTER MISSION

USA. Die Entwicklung in den USA hat nicht mit den Bädern und Heißquellen begonnen, sondern viel mehr mit Fitness, Gewichtsbahnung und Beauty Spas. Man findet „Face-to-face wellness coaching“. In Sommerland der Wellness Bewegung scheint somit der Fuß nach Erneuerung schon gehört worden zu sein, mit Individualisierung der Angebote, Fokus auf Software und Know-how. Die Wellness Akademies prallen aus dem Boden. Asien. In Asien gibt es eine lange SPA Tradition – vor der Wellness Bewegung. Der Rest der Welt profitiert von der Erfahrung traditioneller Ayurveda Häuser, wie die preisgekrönte Barbarya Ayurveda Resorts. In Asien sind Spas häufiglich er vom Ansatz. Banya ist in den Hydro- und Thermal-Bädern weit voraus, im Frankreich ist der Beauty Aspekt in Spa wichtig.

Die Best Wellness Hotels Austria, eine Vereinigung von inzwischen 25 Partnerhotels, hat sich, das neue Trends Rechnung tragend, auf einen besonders zuvorkommenden Service „eingeschwenkt“. Die Dienstleistungsqualität ist wichtiger als die Größe der SPA-Anlage. „Wellness Verwöhnspas“ etwa bedeutet, dass man nicht nur zu bestimmten Zeiten essen kann – um den Biorhythmus der Gäste zu entsprechen. Auch im Rahmen der Mystery Checks – ein

unabhängiges Gremium prüft inregre nach über 1.800 Kriterien – legt der Fokus auf den Umgangserfahrungen und dem Know-how der Mitarbeiter. www.bestwellnesshotels.at Die geprüften Gesundheits-Spezialisten von Alpha Wellness kombinieren die Heilkräfte der Natur mit medizinischen Heilmethoden, auf einer wissenschaftlichen Erkenntnis aufbauend. Aufenthalte in bestimmten Höhenlagen haben positive Auswirkungen bei Beschwerden wie Asthma, Herz-Kreislaufbeschwerden, Stoffwechsel- und Schlafstörungen etc. Die Kriterien sind streng. Es ist festgeschrieben wie die ideale Ernährung aussieht und wie viele Badetage der Guest zur Verfügung stehen müssen. Und. Allgemeinwissen wird vorausgesetzt und bewusst kommuniziert, von jedem Mitarbeiter. www.alpha-wellness.com.

Die Leading Wellness, Spa and Beauty Hotels & Resorts, 102 Wellnesshotels in Kärnten, Bergland, Tirol, Salzburg und Südtirol wollen für Wellness Gäste mit 4 oder 5 Sternen in ruhigen und naturnahen Lagen stehen. Sie verstehen und leben Wellness zunehmend ganzheitlich. Dabei nutzen sie die synergetische Kooperation von Medizin und Wellness. Damit ist es möglich, mit ärztlicher Begleitung langfristig Lebensqualität zu verbessern und Gesundheit zu stärken. Wellness sieht dann – im Geiste der Medical Wellness – für präventive Maßnahmen zur Stärkung und Erhaltung von Gesundheit. www.leadingiparadise.com

Das Östeichische Best Health Austria tragen insgesamt 36 Gesundheitstourismus-Betriebe in Österreich. Es wird von der staatlich autorisierten und unabhängigen Prüfanzahl ÖGA nach strengen, EU-weit anerkannten Kriterien vergeben. Die Kontrolle von Hotels, Thermen, Kur- und Reha-Betrieben sowie Kliniken erfolgt jährlich nach der E-Norm 45011. Die mehr als 130 Kriterien fokussieren auf Bereiche, wie etwa die Aus- und Weiterbildung der Therapeuten, der Einsatz regionaler Lebensmittel sowie die Hygiene und Versprechen zur Wirksamkeit der Therapien und Anwendungen. www.besthealthaustria.com

Vor dem Dach von Wellness-Hotels-Deutschland (W-H-D) haben sich neben Spitzenfirmen der deutschen Beauty- & Wellness-Hotellerie wie auch Wellnesshotels in Holland, Österreich, Südtirol und in der Schweiz zusammenschlossen (Wellness Hotels & Resorts International). Seit 13 Jahren gehört die Kooperation oberhalb geführter Hotels in 4- bis 5-Sterne-Bereich zu den Top-Anbietern. Der TÜV Rheinland testet die Partnerhotels regelmäßig. www.w-h-d.de



Die Asia-Connection: Im legendären Himalaya Resort Ananda genießt Uma Thurman ganzheitlich. Im Kamalaya auf Koh Samui, Thailand, meditiert sich John McEnroe, früher für seine Aggressionsschübe berühmter Tennis-Champ, fit für den inneren Frieden.

