

WELLNESS

Thema: [WELLNESS TIROL]

Tirol Tourism Research

Die neue Domain ttr.tirol bietet direkten Zugriff auf eine Fülle von für die Tiroler Tourismuspraxis relevanten strategischen, statistischen, marktnahen aber auch aktuellen und historischen Informationen und Daten. Intensiv wird dabei auch auf Motive und Bedürfnisse der Gäste und auf Themen wie Gesundheitstourismus und Wellness eingegangen.

FAKTEN. NEWS.
[Thema: Wellness]

Intensive visuelle Erlebnisse liefert die Lampe Lucia No.03 von „Light Attendance“. Ein patentiertes, computergesteuertes Lampensystem erzeugt ein Flackerlicht, das vom Gehirn in illusorische Farb- und Formmuster übersetzt wird. Die Lampe wird für therapeutische Zwecke bei chronischen Kopfschmerzen und für hypnotische Lichterfahrten genutzt.
Info: www.gesund-im-licht.at



Damit ein Betrieb als ganzheitlich gesund gelten kann, müssen die Weichen vor allem im Personalbereich richtig gestellt werden. Für ein Unternehmen ist es wichtig, seine Stärken nicht nur zu kennen, sondern diese auch auf die Straße zu bringen. pep.solutions begleitet familiengeführte, gehobene Tourismusbetriebe von der Strategie bis zur Umsetzung, damit sie als attraktive Arbeitgeber wahrgenommen werden.
Info: www.pep-solutions.at

Mehr Info

Mehr Top-Betriebe aus dem Cluster Wellness Tirol finden Sie auf www.standort-tirol.at/mitglieder

Wiege des Wellness-Tourismus

Der Global Wellness Summit bringt im Oktober die internationalen Größen der Wellnesswirtschaft nach Kitzbühel. Co-Vorsitzender Franz Linser spricht über die Pläne zum Summit und den Nutzen für Tirol.

STANDORT: Hat der vom 17. bis 19. Oktober in Kitzbühel stattfindende Global Wellness Summit schon einen Schwerpunkt?

FRANZ LINSER: Der Summit in Kitzbühel ist der zehnte, also nicht nur ein Anlass, nach vorne zu schauen, sondern auch zurückzublicken. Wir wollen aus der Dynamik der letzten Jahre lernen und Schlüsse für die Zukunft ziehen. An einem griffigen Titel arbeiten wir aber noch.

STANDORT: Spielt Tirol in der Wellness-Dynamik der letzten Jahrzehnte eine Rolle?

LINSER: Der Name der Veranstaltung hat sich vom „Global Spa Summit“ über den „Global Spa & Wellness Summit“ zum „Global Wellness Summit“ geändert – das sagt sehr viel. Spa ist ja im Prinzip eine Geschäftseinheit, Wellness hingegen ist eine Philosophie, ein „way of living“, der Gesundheit beinhaltet. Dieses Konzept vom „Guten Leben“ wurde vor rund 50 Jahren in den USA entwickelt. Es dauerte dann über 20 Jahre, bis daraus ein touristisches Produkt entstand – und das war hier in Tirol. Wir haben aus dem Konzept der Wellness ein Konzept der Wellness-Hotels gemacht. Entwickelt hat es sich aus der Sport- und Ferienhotellerie der 80er



Jahre. Diesen Weg möchte ich aufzeigen und Tirol bzw. Österreich als Wiege des Wellness-Tourismus weltweit positionieren.

STANDORT: Warum Kitzbühel als Veranstaltungsort?

LINSER: Wir sprechen von etwa 450 hochkarätigen Delegierten aus rund 50 Ländern, die – auch weil ihnen solche Hotels gehören – 5-Stern-Niveau gewohnt sind. In und um Kitzbühel haben wir diese Kapazität, mit dem Kitzkongress auch die Veranstaltungslage. Als Paket passt das sehr gut,

„Wir werden Tirol weltweit als Wellness-Pionier positionieren.“

Franz Linser

weil wir die Delegierten so unterbringen wie unsere Gäste – familiär, kleinstrukturiert, man nimmt den Ort auf, schaut sich Geschäfte an. Das ist in Tirol Teil des Wellness-Urlaubs.

STANDORT: Was ist nachhaltig an dem Kongress?

LINSER: Der Summit in Mexico City hatte einen enormen Medien-Output. Für heimische Hoteliers ist es eine Motivation, wenn die Crème de la Crème der Branche zu uns kommt. Wir werden alles unternehmen, damit die Tiroler Hotellerie so gut wie möglich davon profitieren wird.

STANDORT: Gibt es einen direkten Nutzen vor Ort?

LINSER: Bis jetzt gab es immer eine Pre- und Post-Summit-Tour. Das wollen wir dramatisch erhöhen und insgesamt sieben Reisen anbieten, um möglichst viele zusätzliche Room-Nights in Tirol zu generieren. Geplant sind Besichtigungstouren zu den besten Tiroler Wellness-Hotels sowie Herstellern von Wellness-Anlagen, eine Besichtigung der Thermalbäder Österreichs von Längenfeld bis ins Burgenland, eine Gletschertour sowie je eine Kulturreise nach Innsbruck, Salzburg und Wien.

STANDORT: Wer kann eigentlich am Summit teilnehmen?

LINSER: An sich ist der Summit „by invitation only“. Für die vielen einschlägigen Tiroler Hoteliers wird es jedoch ein spezielles Angebot geben. Da sind wir aber noch in der Ausarbeitung.

Info: www.globalwellnesssummit.com

[konkret GESEHEN]

Gesundes Arbeiten ermöglichen

Die Arbeitswelt hat sich in den letzten Jahrzehnten gravierend verändert. War in den 70er Jahren die Hälfte der heimischen Beschäftigten in Industrie und Gewerbe, die andere Hälfte im Dienstleistungsbereich tätig, stellt dieser Sektor heute rund zwei Drittel der Beschäftigten. Mit den neuen Beschäftigungsformen änderte sich auch die Gesundheitsgefährdung durch Arbeit: Tödliche Arbeitsunfälle gingen ebenso zurück (1994: 294; 2010: 211) wie Arbeitsunfälle generell (1994: 164.470; 2010: 110.950). Gestiegen sind aber die Neuzugänge in die Berufsunfähigkeits- und Invaliditätspensionen aus psychischen Gründen wie etwa Depressionen oder Angststörungen – und zwar auf 32 Prozent.

„Diese Entwicklung war der Grund, dass seit 2013 neben der sicherheitstechnischen und arbeitsmedizinischen auch eine Evaluierung von psychischen Belastungen am Arbeitsplatz im Gesetz verankert ist“, weiß Elke Mitterer, wobei die Arbeitspsychologin betont, „Es geht um Belastungen, die nicht zur Arbeit gehören.“ Die Palette reicht dabei von der Gestaltung der Arbeitsräume und -plätze, von der Informationsweitergabe und Organisationskultur im Unternehmen, von der Balance zwischen Verantwortung im Unternehmen und Handlungsspielraum bis zur (Un-)Möglichkeit, die Arbeit in einer bestimmten Zeit und unter bestimmten Bedingungen durchzuführen. „Oft sind es nur Kleinigkeiten, die aber besprochen werden müssen“, sagt Mitterer. Schon



Elke Mitterer: „Am gefährdetsten sind Mitarbeiter mit viel Verantwortung, aber mit wenig Handlungsspielraum.“

2013 führte Mitterer, auch AUVA-Schulungsbeauftragte für dieses Thema, in diversen Tiroler Unternehmen wie dem Tiroler Flughafen Evaluierungen durch. Eine externe Ermittlung der psychischen Belastungen ist im Gesetz nicht obligat, von Arbeitsinspektion, AK und AUVA wird jedoch eine externe arbeitspsychologische Erhebung empfohlen. Wichtig sei auch die Miteinbeziehung der Mitarbeiter, „denn die stehen sozusagen an der Front“, welche Vorschläge umgesetzt werden, entscheide der Arbeitgeber. Die Erfahrung hat gezeigt, dass bereits kleine Veränderungen im Bereich Informationsweiterleitung, Mitspracherecht und Handlungsspielräume große Wirkungen gezeigt haben. Infos gibt's auf www.elkemitterer.at

Positionieren, aber nicht kopieren

Die richtige Zielgruppenfokussierung ist für die heimische Wellness-Wirtschaft wichtig, sagt Adrian Egger, Österreichs Botschafter des Global Wellness Day.

Die Entwicklung der letzten Jahre war für die Produkthersteller im Wellness-Bereich sehr gut, es herrschte ein gewisses Wetttrüsten bei den Anlagen“, stellt Adrian Egger fest. Eine Beobachtung, die auf 20 Jahren Branchenerfahrung fußt, in denen Egger etwa bei der Planung und Entwicklung heimischer Top-Wellnessadressen und Hotelanlagen, aber auch der Wohlfühllosen von Brad Pitt und Angelia Jolie sowie des saudischen Königshauses dabei war. „Tiroler Wellness-Unternehmen planen und bauen weltweit, werden international nachgefragt“, weiß der Geschäftsführer der Thermarium SPA-Anlagenbau, räumt aber ein, dass das Tiroler Know-how seinen Preis hat. Daher arbeitet er an einem Beratungskonzept, in das erfolgreich praktizierte Zugänge anderer Branchen einfließen sollen: „Unnötige Kosten, die oftmals als Showstopper oder gar als Todesstoß für großartige Projekte gelten, sollen eliminiert und durch kreative Lösungsansätze ersetzt werden.“ Noch aus einem anderen Grund glaubt Egger an ein Ende des Wetttrüstens – „die Banken vergeben nicht mehr so viel Geld“. Wichtig sei ein Nachdenkprozess bei den Hoteliers, dass statt der „leider noch oft anzutreffenden Bauchladenmentalität“ eine Fokussierung auf die richtige Zielgruppen erfolgt.

Diese Positionierung sei aber noch aus einem anderen Grund wichtig: „Tirol hat den Vorteil, dass Gäste quasi von selbst gekommen sind. Was ist aber, wenn es nicht mehr sicher ist, dass etwa genug Schnee da ist?“ Den Gast könne man dann nur mit einer auf Location und Zielgruppe zugeschnittenen Positionierung, mit einem Alleinstellungsmerkmal gewinnen. Daher: „Positionieren, aber nicht kopieren.“ Eine Positionierung, die allerdings das ganze Haus mittragen muss, von Empfang über die Küche bis zum Spa-Bereich. Die familiengeführte Tiroler Hotellandschaft sei dabei gegenüber internationalen anonymen Ketten im Vorteil, ist Egger überzeugt.

Die Wellness-Affinität Tirols will der Experte am 11. Juni zeigen, wird an diesem Tag doch der sechste Global Wellness Day gefeiert. „Das Bewusstsein der Menschen für die globale Gesundheit und Wohlbefinden soll damit geschärft werden“, sagt Egger, einer von weltweit über 70 GWD-Botschaftern. Mit Podiumsdiskussionen, Seminaren und Workshops sollen gesunde Ernährung, Bewegung sowie körperliches und geistiges Wohlbefinden nachhaltig vermittelt werden. 2015 wurde der GWD in 74 Ländern zelebriert. Österreich bzw. Tirol feierte den längsten Wellness-Tag weltweit, auch die internationale Video-Resonanz war beträchtlich. Info: adrian.egger@globalwellnessday.org



Adrian Egger: „Tiroler Wellness-Unternehmen planen und bauen weltweit.“