



## FACHPRESSEARTIKEL

### WELLNESS IN ÖSTERREICH: IST WELLNESS BEREITS MAINSTREAM?

#### Die Zukunft der österreichischen Wellnesshotellerie

Eingangs muss ich feststellen, dass es immer noch unmöglich ist, die Thematik auf gesicherter begrifflicher Basis anzugehen: Denn bisher wurde nicht zufriedenstellend geklärt, was denn nun ein Wellnesshotel von einem anderen Hotel unterscheidet. Die Hotelklassifizierung der österreichischen Wirtschaftskammer zählt 4.149 Hotels in Österreich (Ende 2018), davon 2.845 Hotels im Dreisternbereich und höher, 1.857 Hotels im Viersternbereich und darüber – Wellnesshotels werden nicht separat ausgewiesen. Ein Hotel, welches Wellness anbietet, verfügt demnach über Infrastruktur, die dem Wohlbefinden und/oder der Fitness seiner Gäste dient. Wahrscheinlich kann man davon ausgehen, dass dies nahezu alle 1.857 Vierstern-Hotels und - insbesondere in der Ferienhotellerie – sicher auch viele der Hotels der unteren Klassifizierung, wenn auch im unterschiedlichsten Ausmaß.

#### Wellnesshotels versus Hotels mit Wellness

Hier zeigt sich ein erstes wichtiges Merkmal von Wellnesshotellerie: Das Hauptmotiv des Aufenthalts ist Entspannung, die Konsumation von Beauty- und Spatreatments; weitere Nebenmotive sind bewusste Ernährung, Fitness und sanfte Bewegung. Wellnesshotels müssen daher über eine umfangreiche Infrastruktur, einen ausreichenden Mitarbeiterstab und ein ständig buchbares Spa-Wellness-Gesundheitsmenü verfügen, die sogenannte Capture Rate ist höher als 50%: das bedeutet, dass etwa mehr als die Hälfte der Gäste Spatreatments buchen und für entsprechende Ausgaben im Dienstleistungs- und Produktverkauf sorgen. Skihotels, Stadthotels, Wanderhotels sprechen eben den Ski- und Wandergast oder den Städteurlauber an, Wellness ist in der Regel kein Hauptmotiv des Aufenthalts.

#### Resorts versus Spezialisten

Wenn aber beinahe jeder Wellness anbietet, heißt dies auch im Umkehrschluss, dass die Investition in eine Wellnessanlage als Zusatzangebot keinen strategischen Wettbewerbsvorteil per se bedeutet, sondern zur grundsätzlich erwarteten Ausstattung eines Hotels gehört. Entsprechend der Reisemotivation – die ja meistens nicht ganz eindeutig ist, sondern oft aus einem Motivcluster besteht - sucht der Gast und entscheidet sich schlussendlich für ein Hotel:

Die Nachfrage der Wellnessgäste wird einerseits immer selektiver: Von Ayurvedaaufenthalten über unterschiedlichste Gesundheitsurlaube, Medizinischer Wellness bis Yoga spannt sich der Reigen. Gepaart mit der immer niedriger werdenden Aufenthaltsdauer ergeben sich daraus hohe Anforderungen an die Anbieter: die persönlichen Erwartungen sind hoch, das Erlebnis und das Ergebnis müssen für diese Art von „Schnellkonsum“ und für die jeweilige Zielgruppe passen und sind daher hoch spezialisiert. Dem entgegen steht andererseits die Entwicklung großer Hotels zu Resorts insbesondere im Westen Österreichs, wo viele Wellnesshotels aus der klassischen Ferienhotellerie entstanden sind. Diese Hotels haben sich, wenn man so will, auf Wellness für Generationen spezialisiert. Angebote für Familien mit Kindern und Großeltern, oft auch in Kombination mit aktiver Bewegung in der Natur und Indoor, mit Rutschen, Streichelzoo, Eislaufplätzen, Kinderskiangebot und ähnlicher Funsportinfrastruktur findet man hier. Die Größe der Anlagen, Logistik und ausgeklügelte organisatorische Abläufe ermöglichen es, die Bereiche für die Zielgruppen entsprechend zu trennen. Gute Lösungen bieten Saunen, - Schwimmbäder, Ruhebereiche, Restaurants und Wohnbereiche für Familien separat an.



## **Investitionen quo vadis: Moden, Trends & Co. Wer sind die Winner der Zukunft?**

Die „österreichische/alpine“ Usance von Wellness ist es, Schwimmbäder, Saunen, zum Teil auch Mittags- und Nachmittagsverpflegung und Getränke all inklusiv anzubieten. Treatments sind in der Regel gegen Bezahlung buchbar. Stark entwickelt hat sich in den letzten Jahren das betreute Saunaangebot mit Themen- und Eventaufgüssen und kombinierten Saunaritualen, oft in Kombination mit Peelings. In Verbindung mit den immer kürzer werdenden Aufenthalten der Gäste führt dies zu niedrigeren Ausgaben für Treatments, weil die Gäste sehr oft gar keine Zeit mehr für bezahlte Anwendungen haben. Aber wo ein Schaden, ist bekannt auch Nützlichendes zu finden: Aufgrund der angespannten Arbeitssituation in den oft geografisch exponierten Lagen der Resorts, könnte gerade darin eine Chance für die Zukunft liegen: Nämlich die, Wellness- und Spa in einer Form anzubieten, die ressourcen/mitarbeiterschonend – ist. Auch wenn damit nicht das gute, alte Bad oder Solarium mit Münzautomaten gemeint ist... Ideen für durchdachte Infrastruktur und Spirituelle mit hohem Erlebniswert, aber niedriger Betreuungsintensität könnten hier zukunftsweisend sein.

### **Digitalisierung**

Die Digitalisierung kann helfen, den Mitarbeitermangel auszugleichen. So gibt es z.B. schon sehr viele digital gesteuerte Aufgussrituale in den Hotels. Die Technik ist schon lange fester Bestandteil in den Spaabteilungen, es wird unter anderem auf Analysesoftware für Haut und Herzratenvariabilität sowie Behandlungsgeräte gesetzt. Ganz am Anfang steht aber die Nutzung diverser Apps für die Spaabteilungen: Mentaler Status und Informationen zur Schlafqualität werden ermittelt und gemeinsam mit dem Ernährungsstatus bietet sich theoretisch viel Datenmaterial für Analyse und Auswahl von Behandlungen und auch Ansatzpunkte für die Nachbetreuung.

### **Gesundheit**

Das Megathema schlechthin. Spa- und Wellnessanwendungen mit Effekt und gesundheitlichem Wert werden sich weiterhin steigender Nachfrage erfreuen. Prävention, Heilung und Nachsorge für unterschiedliche Zielgruppen könnten für manche Wellnesshotels der Zukunft große Chancen bieten. Ärztliche Betreuung, entsprechende unterstützende Ernährung, Wellness und Bewegung sind eng abgestimmt auf die Bedürfnisse der Zielgruppe. Ambiente, Lage und Ausstattung machen den Unterschied zu klassischen Kur- und Rehabilitationszentren und werden diese am Markt auch zunehmend ablösen.

### **Rundum-Detox**

Entgiftung für Körper, Geist und Seele wird wichtiger. Die Nachfrage nach kompakten Leistungsbündeln mit medizinischer Unterstützung wird steigen. Wenn damit hoher Gastnutzen auch bei kurzen Aufenthalten wahrgenommen wird, sind Gäste durchaus bereit, viel dafür zu bezahlen. Am Markt findet man im Moment eher Konzepte aus der fernöstlichen Medizin. Die Entwicklung von Detoxkonzepten auf der Basis der Traditionellen Europäischen Medizin hat für mich hohes Erfolgspotenzial.



## Natur

Natürliche Anwendungen wie Thalasso, Anwendungen nach Kneipp erleben gerade eine Renaissance. Auch bei den Produkten erlebt natürliche Kosmetik gerade einen Boom insbesondere in Verbindung mit dem Gesundheitstrend – Healthy Aging geht vor Anti-Aging. Der alle zwei Jahre erhobene Wippermann Werteindex zeigt den zugrundeliegenden interessanten Wertewandel in Deutschland : auf. Während in den vergangenen Jahren (2014 und 2016) Gesundheit als oberster Wert gesehen wurde , ist dies 2018 erstmals die Natur. Die spezielle Lage eines Wellnesshotels einerseits, aber auch eine symbiotische Nutzung der umgebenden Natur ist in diesem Zusammenhang sehr spannend. Beispiele gibt es viele, etwa das Waldbaden, Yoga am Berg, Meditation am Berg. Die Natur bewusst hereinzuholen, kann vielfältig geschehen: Über Alpine Kräuter, Steine, Hölzer, Heil- und Mineralwässer, Lebensmittel aus der Umgebung oder ursprüngliche Heilverfahren. Wenn es gelingt, diese Teile wie bei einem Puzzle konzeptionell zu einem Ganzen zusammenzufügen, ist eine einzigartige Positionierung fast schon unausweichlich.

### Exkurs: Die Best Alpine Wellness Hotels: Vom Ursprung bis heute mit der Kraft aus den Alpen

Die Best Alpine Wellness Hotels blicken auf fast 30 Jahre Erfolgsgeschichte zurück. Heute wie einst stehen der Gast und sein Wohlbefinden im Mittelpunkt. Die familiengeführten 4-Sterne-superior und 5-Sterne-superior Wellnesshotels arbeiten seit über 25 Jahren gezielt an der Qualität – mit datenbankbasierter Gästebefragung, Mystery Checking, Mitarbeiterbefragungen usw. Die Best Alpine Wellness Hotels befinden sich in den schönsten alpinen Lagen in Österreich und Südtirol und verstehen sich als Resorts mit einem umfangreichen Angebot für Spa, Treatments, Fitness und Bewegung indoor und outdoor. Qualität bedeutet für die Best Alpine Wellness Hotels gleichermaßen beste Ausstattung, die Verwendung hochqualitativer Produkte, erstklassigen Service, und der besonders gewissenhafte Blick auf den höchstmöglichen, nachhaltigen und integrativen Nutzen für den Gast. Die eigene Produktserie BALANCE ALPINE 1000+, die ihre ursprüngliche Kraft aus den Alpen zieht, und das innovative Spa-Konzept MY ALPINE LIFE BALANCE, untermauert die Wellnesskompetenz der renommierten Hotelvereinigung. Etwa 2.500 Betten bieten die Best Alpine Wellness Hotels, 900.000 Nächtigungen werden mit etwa 1.500 MitarbeiterInnen erzielt.

Im Jahr 1992 wurde die Vereinigung Best Alpine Wellness Hotels gegründet. Heute zählen 16 **familiengeführte Vier-Sterne-superior und Fünf-Sterne-Hotels in Österreich und Südtirol** zur renommierten Hotelkooperation. Die Gruppe gilt als Pionier in der Umsetzung von Wellness- und Gesundheitstrends. Früh wurde erkannt, dass die Pionierarbeit nicht bei der Gästezufriedenheit aufhören darf, sondern die Zufriedenheit der Mitarbeiter mit einschließen muss. Dafür haben die Hoteliers einen **umfangreichen Katalog an Maßnahmen zur Förderung der Mitarbeiterzufriedenheit** ausgearbeitet. Diese Maßnahmen wurden darüber hinaus in den Kriterienkatalog der Best Alpine Wellness Hotels mit aufgenommen und stellen somit eine **Grundvoraussetzung** dar, **um ein Best Alpine Wellness Hotel zu sein und zu werden.**

Stand: Februar 2020