

Online-Ausgabe [www.ahgz.de](http://www.ahgz.de) – 30.04.2006 – 11:26 Uhr

Konzerne &amp; Kooperationen

## Auch Kleine haben Chancen

Experten diskutieren beim W-H-D-Treff in Füssen über die Zukunft des Wellnessmarktes

■ AHGZ.de - Montag, 01.05.2006 - 16:51 Uhr VON BARBARA E. EULER



Im Festspielhaus Neuschwanstein diskutierten (v.l.): Mark Richter, Maria Pütz-Willems, Jürgen Kagelmann, Alfons Schnieder und Jörg Hidding  
Foto: Euler

FÜSSEN „Zaubermarkt ohne Zauberkraft?“ – unter dieses Motto stellte Moderator Jürgen Kagelmann eine Podiumsdiskussion. Sie fand anlässlich des Frühjahrstreffens der Wellness-Hotels-Deutschland (W-H-D) im Festspielhaus Neuschwanstein statt. Teilnehmer waren die Wellness-Expertin Maria Pütz-Willems, Mark Richter, Bereichsleiter Gesundheit, Wellness & Spa bei der Arkona Reisen GmbH, Alfons Schnieder, Eigentümer des Landhotels Jammertal im Münsterland und Jörg Hidding, Inhaber der Unternehmensberatung Aktiv Consult, die Kliniken, Ärzte und Hersteller berät.

Einleitend präsentierte Jürgen Kagelmann, Dozent für Markt- und Organisationspsychologie an der Ludwig-Maximilians-Universität München, die wichtigsten Ergebnisse seiner aktuellen Wellness-Studie. Demnach sind Erholung und Entspannung Hauptmotive der Gäste für einen Aufenthalt. Die Gesundheitsvorsorge folge weit abgeschlagen auf Platz fünf, sagte Kagelmann.

Dennoch stellten die Gesprächspartner fest, dass sich Wellness in Zukunft mehr in Richtung Gesundheitsvorsorge bewegen werde. Maria Pütz-Willems merkte zwar kritisch an, dass die Angebote von Medical Spas heute oft reine Marketingmaßnahmen seien, doch Jörg Hidding beobachtet den „lernenden Kunden“, der sich mit seiner Gesundheit aktiv auseinandersetze. Mark Richter verwies dazu auf die sinkenden Leistungen der Krankenkassen und die steigende Lebensarbeitszeit. Hidding sagte in diesem Zusammenhang, dass es nicht ausreiche, eine Arztpraxis ins Hotel zu holen. „Medizin und Wellness müssen eine Symbiose eingehen“, so der Betriebswirt, beispielsweise hautärztliche Versorgung in Kombination mit Thalassotherapie.

Der mit solchen Angeboten einhergehende Aufwand wurde vom Publikum kritisch beurteilt, bis hin zur Befürchtung, ohne ärztliche Begleitung würden Wellness-Angebote in Zukunft nicht mehr akzeptiert werden. Auch wurden angesichts der eher bodenständigen Gästewünsche – Stichwort Nordic Walking – Zweifel an den genannten Zukunftsperspektiven laut. Privathoteliers treibt auch die Sorge um, gegen die Konkurrenz großer Konzerne nicht bestehen zu können. Einhellig betonten die Referenten daraufhin die Bedeutung von Kooperationen und Marken wie beispielsweise W-H-D. Angesprochen wurde auch die wachsende Konkurrenz aus den osteuropäischen Ländern. Ein weiteres Thema waren neue Zielgruppen, wobei insbesondere die Zunahme des Anteils männlicher Gäste und die wachsende Bedeutung homosexueller Gäste thematisiert wurde. Auch Gruppenangebote und Day Spas werden zunehmend nachgefragt. Kontrovers diskutiert wurde die Notwendigkeit einer TÜV-Zertifizierung.

In der Abschlussrunde erklärten die Teilnehmer, wie sie die Zukunft sehen. Vor unbedachten Investitionen warnte Alfons Schnieder angesichts der wachsenden Verarmung. Mark Richter sieht in

der Schärfung des individuellen Profils gute Zukunftschancen. Jörg Hidding betonte unter anderem die Bedeutung von Firmenkunden und -Partnerschaften, Maria Pütz-Willems erwartet die zunehmende Überlappung von Klinik- und Day-Spa-Angeboten und empfiehlt, den Fokus auch auf weniger gut betuchte Kunden zu richten. Jürgen Kagelmann hob die wachsende Bedeutung der emotionalen Komponente hervor: „Das Aufgehobensein in einer Zeit zunehmender Vereinsamung.“ Hierin sieht Kagelmann auch eine Chance für kleinere Hotelbetriebe.