

# Best Health zielt am Markt vorbei – oder doch nicht?

An der Interpretation einer aktuellen Wellness-Studie scheiden sich die Geister

Geht es nach einer, in Wellnesshotels durchgeführten Studie der Universität München, so wird Wellness im deutschsprachigen Raum als passives Erleben verstanden. Demnach orten 86 Prozent „Entspannen“ als Hauptmotiv für den Hotelaufenthalt ihrer Gäste. Das von jedem zweiten genannte Motiv „verwöhnt werden“ unterstreicht die ungebrochene Regenschaft ferialer Faulheit. Erst als viertwichtigstes Motiv wurde von 16 Prozent „Gesundheit“ genannt. Für den Mitinitiator der Arbeit und Herausgeber des Relax-Guides, *Christian Werner*, unterstreichen die Ergebnisse die eigenen Erfahrungen und Recherchen: „Es zeigt sich, dass das österreichische Gütezeichen-Projekt Best Health Austria weit an den Bedürfnissen des Marktes vorbeigegangen ist.“

Werner sieht sich in seinen Ansichten bestätigt: „Der Versuch, die Branche zu medizinisieren, zu psychologisieren und zu spiritualisieren blieb daher bislang nur wenig erfolgreich.“

Eine Aussage, die *Christopher Gruber* als Geschäftsführer des angesprochenen Gütesiegels Best Health Austria (BHA) so nicht stehen lassen kann: „Wieso definierte Qualität falsch sein soll, ist unverständlich. Wir merken, wie Auslastung und Betriebsergebnis bei Betrieben mit bester Qualität steigen und Schwache Schwierigkeiten bekommen.“

Überdies würden sämtliche Studien von Trendforschern deutlich die wachsende Bedeutung der selbst finanzierten Gesundheitsvorsorge zeigen. „Medical Wellness ist zumindest noch ein Jahrzehnt ein wachsender Markt“, widerspricht Gruber der Interpretation des ehemaligen BHA-Pressesprechers Werner.

Das offizielle österreichische Gütezeichen BHA umfasse bewusst drei unterschiedliche Ebenen: Neben Wellness auch Kur sowie Rehabilitation für bereits Kranke. Die Differenzierung erfolge nicht durch das Qualitätssiegel, sondern im Marketing. Für das allerdings die Mittel knapp

bemessen seien. Für Anbieter von Medical Wellness widerspricht Gruber auch der in der Studie enthaltenen Ansicht, Senioren seien ein wenig zukunfts-trächtiger Sektor.

Laut Umfrage sehen 83 Prozent Paare als dominierende Gästeschicht, gefolgt von alleinreisenden Frauen (73 %). In das Bild der geringen Bedeutung des medizinischen Bereichs passt, dass psychologische Therapien oder Traditionelle Chinesische Medizin (TCM) faktisch nicht vorkommen. Sportlich wird Nordic Walking in drei Viertel aller Betriebe offeriert, erstaunlicherweise verfügen aber nur 72,8 Prozent der Wellnessspezialisten über eine Bäderlandschaft. ▼

## Wellness-Boom setzt sich fort

Die „Wellnesshotelstudie“ wurde von der Universität München in Zusammenarbeit mit dem RELAX Guide durchgeführt. Als Basis dienten Online-Fragebögen, die an rund 1.850 Betriebe in Deutschland und Österreich versandt wurden. 259 vollständig ausgefüllte Fragebögen wurden retourniert. Dabei zeigte sich ein ungebrochener Branchenoptimismus zum Thema Wellness: Für 2006 waren von rund einem Drittel der Hotels höhere Investitionen (als im Vorjahr) zur Verbesserung der Angebote geplant, ein weiteres Drittel plante Investitionen in der gleichen Höhe des Vorjahres. Der Großteil der Hoteliers (63,1 %) geht von einem weiteren Wachstum der Branche aus. Das detaillierte Studienergebnis ist unter dem Stichwort „Wellnesshotelstudie 2005“ als Print-Ausgabe (90 Seiten) um 78 Euro zzgl. MwSt. und Porto erhältlich: Profil-Verlag, Fax: 0049/(0)89-701 347, [profil1kagelmann@t-online.de](mailto:profil1kagelmann@t-online.de).