

Diese Diagnose bestätigt auch die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) mit ihrer Studie „Wellness Trends 2013: Was erwarten die Gäste?“ Die Bilanz der Erhebung – u. a. in der Zusammenarbeit mit den Wellnesshotels und Resorts – ist eindeutig: Die Branche boomt. Der Marktanteil der Wellnessreisen ist im Vergleich zum Vorjahr um 24 % gestiegen.

Die Reisenden haben dabei klare Motive, warum sie immer mehr nach Massagen, Aquafitness, Ayurveda-Behandlungen oder Nordic-Walking fragen. Sie wünschen sich „Erholung vom stressigen Alltag“, „Etwas für die Gesundheit zu tun“, „Burnout vorzubeugen“. Im Vordergrund steht die Flexibilität des Angebots: 84 % der Befragten möchten Anwendungen kurzfristig vor Ort buchen, 69 % wünschen eine große Auswahl an Anwendungen. Vor allem die besonders aktiven 30- bis 49-Jährigen, die in ihrer Freizeit oft die Doppelbelastung aus Familien- und Berufsleben ausgleichen möchten, haben einen deutlichen Anteil am Wellnessreisemarkt. Sie bilden auch jene Gruppe, die fast täglich das Internet nutzt. Für Busreiseunternehmer ein klarer Hinweis, ihre Homepage zielgruppenspezifisch zu gestalten und die maßgeschneiderten Angebote so zu verdeutlichen. Doch der Wunsch nach körperlicher Fitness und das Bestreben, etwas dafür zu tun, ist ein generationsübergreifendes Phänomen. Dies belegt die aktuelle Studie zur Gesundheit Erwachsener in Deutschland (DEGS), eine der umfassendsten Analysen des gesundheitlichen Zustands sowie des Gesundheitsverhaltens, der Lebensbedingungen und der Inan-

Gesundheit & Entspannung

Wohlbefinden inklusive

„Wem Gesundheit fehlt, dem fehlt alles“, sagt man in Frankreich. Aber wohl nicht nur dort: Immer mehr deutsche Reisegäste machen sich auf den Weg, um Körper und Seele ins Gleichgewicht zu bringen. Am Megatrend „Gesundheit & Entspannung“ kommt die Tourismusbranche schon lange nicht mehr vorbei. Tendenz steigend, wie zahlreiche Studien belegen.



▲ Ein moderner, hinreichend großer Spa- und Wellnessbereich mit mindestens einer ansprechenden Sauna wie hier im Kurort Bad Gögging sollte vorhanden sein Foto: Tourist Information Bad Gögging

spruchnahme von Leistungen des Gesundheitssystems der deutschen Bevölkerung. Die Befragung von rund 8 000 Personen zwischen 18 und 79 Jahren, die von 2008 bis 2011 durchgeführt worden ist, zeigt u. a. einen Trend zu mehr sportlicher Aktivität.

Etwa ein Drittel der Erwachsenen gibt an, stark auf ausreichende Bewegung zu achten, und ein Viertel treibt regelmäßig mindestens zwei

Stunden pro Woche Sport (21,6 % der Frauen, 29,3 % der Männer). Darüber hinaus ergab die Datenauswertung, dass unter den Senioren körperliche Funktionseinschränkungen im Alltag nur bei einer Minderheit festzustellen sind.

Die Mehrheit bleibt aktiv. Ähnliche Rückschlüsse über den Wert der gesundheitsfördernden und wohlbefindenspendenden Maßnahmen

zieht TNS Infratest, eines der renommiertesten Marktforschungsinstitute. Seine Befragung hat ergeben, dass die Bereitschaft, in die Gesundheit zu investieren, so hoch ist wie noch nie: 88 % der Bevölkerung geben dafür Geld aus. Der Wunsch nach der Optimierung von Körper, Geist und Seele ist in allen Gesellschaftsschichten weit verbreitet. Die Anzahl derer, die das positive Marktgeschehen nutzen wollen, wächst mit der Nachfrage. Das Geschäft mit der

88 % der Bevölkerung investieren in die Gesundheit

Gesundheit floriert, doch das Wellnessangebot von Hotels, Kliniken und Badeoasen wird dadurch leicht unüberschaubar, die Qualität u. U. mangelhaft. Enttäuschend für die Reisegäste, wenn eine Salzgrotte zum Synonym für „grottenschlecht“ wird und eine exotische Heilpackung sich im Nachhinein als eine Mogelpackung entpuppt. Orientierungshilfen sind hier gefragt. Eine der zuverlässigsten garantiert das Deutsche Wellness Zertifikat des Deutschen Wellness Verbandes ((DWV). Die beauftragten Sachverständigen wissen, dass ein gutes Wellnesserlebnis nicht zwingend gleichzusetzen ist mit großer oder besonders luxuriösen Bade- und Saunalandschaft, sondern auf einer professionellen Dienstleistung beruht. Zu den Voraussetzungen, das Deutsche Wellness Zertifikat zu erlangen, gehört u. a.

- eine klar erkennbare Ausrichtung auf Wellnessgäste mit besonderer Gastlichkeit, Wohlfühlatmosphäre und Servicequalität
- eine umweltbewusste, natürliche Betriebsführung;
- Schutz nicht rauchender Gäste durch ein festes Kontingent an Nichtraucherzimmern (mindestens 20 % der EZ, DZ und Suiten) sowie einen rauchfreien Wellness-/Spa-Bereich und große öffentliche Bereiche (Hotel und Restaurants, komfortable Gästezimmer in ruhiger Lage, ausgestattet mit hochwertigen Körperpflegeartikeln)
- ein entsprechendes Speisen- und Getränkeangebot (Frischprodukte bei Obst und Gemüse, fettarme und nährstoffschonende Zubereitung)
- ein moderner, hinreichend großer Spa- und Wellnessbereich mit mindestens einem Wassererlebnis, einer Sauna, einem Dampf-

bad, einem Fitness- oder Gymnastikraum, einer Beauty-Abteilung, einem Anwendungsbereich für Massagen und andere Körperbehandlungen, geschlossenen Ruhe- und Relax-Bereichen sowie angenehmen Aufenthaltsmöglichkeiten

- nur qualifizierte Fachkräfte für Behandlung, Beratung und Training im Wellnessbereich



▲ Gesundheitsfördernde Programme wie beispielsweise

Aquafitness werten Wellnessangebote auf Foto: BTO International GmbH

- gesundheitsfördernde Wellnessangebote aus den Bereichen Bewegung, aktive Entspannung und Stressmanagement, Ernährungswissen und Koch-/Küchenpraxis sowie sonstige Angebote aktiver Gesundheitsvorsorge mit gutem Preis-Leistungs-Verhältnis und verständlicher Darstellung für den Gast in Prospekten und im Internet, in einem ausgewogenen Verhältnis von passiven und aktiven Elementen, nutzbar/buchbar an mindestens sechs Tagen in der Woche, davon mindestens an einem Wochenendtag.
- Der Deutsche Wellness Verband ist auch die erste Adresse, wenn es um die Beobachtung des Marktes geht. Unter den neuen Trends zeichnet sich deutlich ab, dass der Spaß an Bedeutung gewinnen. Die reinen Einrichtungen für Massagen und Kosmetikbehandlungen

werden zunehmend um Angebote aus dem Wellnessbereich erweitert. U. a. bauen sie ihre Badelandschaften auf, um das sogenannte Floating (schwimmen, treiben) anzubieten:

Bei einer Wassertemperatur von 35°C und einem 25-prozentigen Salzgehalt wird das schwerelose Schweben im offenen Becken zu einem besonders ent-

Spa-Behandlungen werden immer komplexer

des und sein darauf aufbauendes Engagementzertifikat für Umwelt, Gesundheit und Fairness. Der Kodex enthält die wichtigsten Leitsätze für gesundheitlich, ökologisch, sozial und wirtschaftlich nachhaltiges Handeln in Spa- und Wellnessunternehmen.

Mehr Infos unter www.wellnessverband.de Wer den Puls der Branche fühlen will, sei auf die Seite www.innovativer-gesundheitstourismus.de verwiesen. Das Projekt des Deutschen Tourismusverbandes e.V. (DTV) und des Project M mit finanzieller Unterstützung durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie aus dem Jahr 2011 ließ einen sieben zentralen Leitfadens sowie sieben Branchenreports entstehen und bleibt nach wie vor eine Plattform, die einen Überblick über die neuesten Trends, aktuelle Entwicklungen und Marktentwicklungen im Gesundheitstourismus bietet. Veranstaltungstipps runden das Angebot ab.

Einen für die Reiseveranstalter empfehlenswerten Blick auf den Segment des Wellness-tourismus wirft außerdem das Buch

Eine praktische Hilfe ist das Buch „Erfolgsstrategien im Gesundheitstourismus“

„Erfolgsstrategien im Gesundheitstourismus“ (von Rulle, Hoffmann,

spannten Badeerlebnis. Darüber hinaus werden die Spa-Behandlungen immer komplexer. Die Anwendungen werden zunehmend miteinander kombiniert und entwickeln sich zum sogenannten Spa-Ritual. Die Behandlungspakete wurzeln oft in traditionellen Kulturen bzw. werden auf bestimmte Zielgruppen (Schwangere, Senioren) genau abgestimmt. Im Übrigen können nicht nur große Spa-Betriebe und Hotels der Wellnessbranche, sondern auch Day-Spa ab einer Betriebsfläche von 200 m² und kleinere Beauty-Spa das Deutsche Wellness Zertifikat anstreben und ihren Kunden damit geprüfte Qualität signalisieren. Das wachsende Umweltbewusstsein beweist auch der neue „Green Spa Kodex“ des Deutschen Wellness Verban-

Kraft, erschienen im Erich Schmidt Verlag, ISBN 978-3-503-12602-6, 29,95 €). Auf 196 Seiten analysiert es mit Hilfe von zahlreichen Tabellen und Grafiken die tendenzbildenden Bedürfnisse, Reisemotive und finanzielle Vorstellungen von Gesundheitstouristen. Auch als eBook unter www.esv.info erhältlich.

Kassandra Lewicka ■