

Auszeit ja – aber bitte mit Resultat

## « Es herrscht Spa-(R)Evolution »



Dr. Franz Linser ist Gründer und Geschäftsführender Gesellschafter von Linser & Partner in Innsbruck sowie Spezialist für die Begleitung gesundheitstouristischer Projekte ([www.linser-partner.com](http://www.linser-partner.com))

*Waren die Spas zunächst die idealen Flucht-Orte, um die Batterien kurzfristig wieder aufzuladen und sich verwöhnen zu lassen, so stellen sich die Gästewünsche heute weitaus differenzierter dar. spa concept sprach mit Dr. Franz Linser über die (R)Evolution im Wellness-Bereich*

### ■ Kann man im Wellness-Bereich wirklich von einer Revolution sprechen?

Zumindest eine Evolution revolutioniert zurzeit die Spa-Angebote. Eine große Zahl an Wellness-Gästen kommt mittlerweile seit Jahren ins Spa und fragt sich berechtigterweise irgendwann nach der Wirkung dieser regelmäßigen Besuche. Auch die wirtschaftlichen Krisen und das gestiegene Kostenbewusstsein der letzten Jahre haben dazu beigetragen, dass man als Spa-Gast hinterfragt, was einem von diesen „Wellness-Momenten“ eigentlich bleibt. Freie Zeit wird ein immer kostbareres Gut, daher möchte man in seinem Urlaub nicht mehr nur die Seele baumeln lassen, sondern wünscht sich konkrete Lösungen für seinen Alltag – für mehr Lebensqualität.

### ■ Welche Erwartungen stellen die Gäste künftig an ein Spa?

Eine reine Auszeit wird zukünftig immer weniger nachgefragt werden. Die Menschen suchen mehr und mehr nach Lösungen für die Probleme, die ihr Lebensalltag mit sich bringt – nach ganzheitlichen Ansätzen und Wirkungen. Das kann in-

dividuelles Stressmanagement betreffen oder den Wunsch nach Gewichtsabnahme, einer gesünderen Ernährung oder alltagstauglicher Fitness. Angebot und Nachfrage passen hier interessanterweise bisher nur wenig zusammen. Den Gastwunsch erfüllen – hier liegen große Potenziale im infrastrukturell gesättigten, jedoch programmatisch noch unterentwickelten heimischen Spa- und Wellness-Markt. Das bedeutet, dass kostspielige Spa-Anlagen auf dem neuesten Stand und einige Wellness-Behandlungen künftig nicht mehr ausreichen, um die Bedürfnisse der Gäste zu erfüllen. Die Herausforderung besteht vielmehr darin, den Gästen kompakte Lösungen mit nachhaltiger Wirkung für Lebensprobleme zu bieten – und sich somit auf einem gesättigten Markt zukunftsfähig zu positionieren bzw. zu differenzieren.

### ■ Was heißt das konkret für Wellness-Hoteliers und Spa Manager?

Es ist nicht nur eine gesellschaftliche Veränderung im Gange, sondern die Nachfrage ist anhand großer Zu-

### Live-Vorträge



### Erleben Sie Dr. Franz Linser live:

- auf dem Österreichischen Wellness-Hotel-Kongress in Salzburg. Thema: „Zukunftsausrichtung im Spa“, am 25.09.2011 um 10.00 Uhr.
- auf dem 2. Deutschen Wellness-Hotel-Kongress in München. Thema: „Spa-Evolution: vom Verwöhn-Markt zu individuellen Lebensstil-Konzepten“, am 15.10.2011 um 14.00 Uhr

wachsraten bereits deutlich zu spüren. Das bedeutet, dass ich als Hotelier bzw. Spa Manager mein Angebot auf die neuen Bedürfnisse ausrichten muss – und zwar nicht morgen, sondern noch heute. Investitionen und Erweiterungen sollten in diese Richtung erfolgen. Es gilt, strukturierte und individuelle Gesamtangebote in Bereichen wie Gesundheit, Stress- und Gewichtsmanagement zu schaffen, die möglichst bereits vor Urlaubsbeginn starten, indem der Gast sein Ziel vorab definieren muss. Erfolgreich sein werden Angebote, die auf die Zielgruppe maßgeschneidert und dazu ehrlich, authentisch und ökologisch sinnvoll sind. (ah)