

FOR IMMEDIATE RELEASE

**Mai 2010**

**Globale Tourismus- und Spa Trends 2020**

*Heinz Schletterer, österreichischer Wellness-Pionier der ersten Stunde, präsentiert die Tourismus- und Spa Trends der Zukunft.*

**Strass/Zillertal, Österreich, Mai 2010** – Für den Tiroler Wellness-Pionier Heinz Schletterer und international anerkannten Experten mit 1.800 realisierten Hotel-, Spa- und Gesundheitsprojekten, zeichnet sich die Zukunft der Hotel- und Spa-Industrie ganz klar ab. Der hart umkämpfte Hotel- und Wellness-Markt wächst weiter stark an, die Erträge vieler Hotels und Spas aber sinken. Diesen Markttendenzen gilt es entgegen zu wirken, will man sich künftig behaupten.

Zudem unterliegt unsere Gesellschaft einem Wertewandel: Gesundheit, Prävention und ökologische Nachhaltigkeit gewinnen an Stellenwert. Die Menschen erkennen, dass nicht das vierte Luxusauto, sondern Gesundheit und Nachhaltigkeit, die kostbarsten Güter sind. Dafür werden alle in Zukunft noch stärker bereit sein, Geld auszugeben. In den nächsten drei bis fünf Jahren wird zudem das „Green Theme“ in den meisten Industriezweigen ein wichtiges Verkaufsargument für Anbieter werden.

Für Heinz Schletterer stehen somit die zukünftigen Erfolgsfaktoren in der Hotel- und Spa-Industrie fest: Spezialisierung, gesteigertes Gesundheitsbewusstsein als Chance wahrnehmen und authentische Wohlfühlarchitektur schaffen.

**Makro Trend 1**

**Spezialisierung – der Erfolg in der Nische!**

Eine wesentliche Schlüsselentwicklung und deren Auswirkungen auf die Hotellerie und Wellness-Industrie sind die immer individueller werdenden Bedürfnisse unserer Gesellschaft. Menschen entscheiden in Zukunft viel selektiver, wo und wie sie ihren Urlaub verbringen möchten. Auch Kinder nehmen immer stärker Einfluss auf die Kaufentscheidung bzw. auf die Freizeit- und Urlaubsplanung.

Gästegruppen werden nicht mehr primär nach soziodemografischen Merkmalen, sondern nach Milieus und deren Bedürfnisse gefiltert – und diese sind sehr vielschichtig. Gesundheitsorientierte Menschen haben z.B. ganz spezifische, von Gesundheitsaspekten geprägte Vorstellungen von ihrem Urlaub, vom Hotel, vom Spa etc. Vor allem aber haben sie genaue Wertvorstellungen, wie das Hotel oder ein Spa ausgestattet und designt sein muss, um die spezifischen Ansprüche erfüllen zu können. Die Gäste suchen sich zukünftig gezielter jene Anbieter heraus, die ihre Bedürfnisse am Besten abdecken können. Beispiele für individuelle Bedürfnisse finden sich z.B. in Hotels unter Wasser, Hotels im ewigen Eis, Hotels am letzten Spitz des Berges oder sogar Hotels in den Baumkronen, als auch in zukünftigen „Green Hotels“, themenspezifische Hotels, wie Wein & Wellness, Design Hotels bis hin zu ziel-

gruppenspezifische Hotels, wie Baby Hotels, Hotels für Rentner, Kunst Hotels etc. – gestaltet und mit genau dem individuellen Angebot ausgestattet, das die Zielgruppe anspricht und bei dieser Begeisterung hervorruft. Das Gebot der Stunde heißt für Heinz Schletterer: „Aus der Masse herausstechen und den Erfolg in der Nische suchen“. Zielgruppenspezialisierung sowie themenorientierte Spezialisierung werden eine immer zentralere Rolle in der Nischenbesetzung finden. Bis 2020 werden mindestens 25% aller 4- und 5-Sternhotels eine Spezialisierung aufweisen.

## **Makrotrend 2**

### **Gesundheit und Nachhaltigkeit – die kostbarsten Güter!**

Der Blick in die Zukunft wird von Heinz Schletterer mit Optimismus getätigt: Gesundheit und damit in engem Zusammenhang stehend, Wellness, werden nicht nur nach dem sechsten „Kondratieff-Zyklus“, sondern auch laut vielen Wirtschaftsprognosen für Wachstum sorgen. Heinz Schletterer: „Unsere Gesellschaft ist derzeit dabei sich vom Konsumdenken weg, umzuorientieren. Es wird verstärkt wahrgenommen, dass die Gesundheit und nicht das Luxusauto das kostbarste Gut ist, das der Mensch besitzt. Dafür wird er in Zukunft bereit sein etwas zu tun, auch wenn es mitunter etwas kostet. Die Zukunft von Wellness & Spa entwickelt sich in Richtung Gesundheit, Prävention und Medizin.“ Gesundheit und Nachhaltigkeit werden für viele Menschen immer wichtiger. Nach Prof. Werner F. Schulz von der Universität Hohenheim, liegt das Potential (LOHAS – Lifestyle of health & sustainability) in Deutschland bei 5 Mio. Haushalten, die in Zukunft verstärkt Ausgaben in die medizinische Vorsorge und Gesundheit tätigen. Die Kaufkraft dieser Zielgruppe sieht Prof. Schulz bei ca. 200 – 400 Millionen Euro. Der Gesundheitstourismus ist ein stark wachsender und milliardenschwerer Markt. Alleine die arabischen Emirate, Bahrain, Kuwait, Qatar und Oman senden jährlich zwischen 8.000 und 10.000 Patienten für Behandlungen ins Ausland. Auch „Vital aging“ ist ein Schlagwort, das man immer öfter zu hören bekommt. Für Menschen wird es immer wichtiger gesund und vital zu altern – ihre Gesundheit bis ins hohe Alter zu erhalten und fit zu bleiben. Darum ist das gesteigerte Gesundheitsbewusstsein für die Hotel- und Wellness-Industrie der Zukunft als enorme Chance zu sehen.

### **Neue Geschäftsmodelle der Zukunft!**

Gesundheit, Tourismus und Wellness werden sich immer stärker miteinander verschmelzen. Der Gesundheitstourismus wird daher stark zunehmen. Neue Geschäftsmodelle wie Medical Hospitality Konzepte, Day Spa Konzepte, Holistic Health Centers und Themen Spa Hotels, werden sich künftig im internationalen Tourismus etablieren. Speziell im Segment der Day Spa`s gibt es im urbanen Bereich im Alpenraum ein enormes Potential. Dieses Potential wird in Österreich, der Schweiz, in Deutschland und in Südtirol auf ca. 1.800 Day Spa Betrieben geschätzt. Das entspricht einem Markt von ca. 2 Mrd. Euro. Die Größe der Day Spa`s reicht je nach Spezialisierung und Ausrichtung zwischen 250 m<sup>2</sup> – 3.000 m<sup>2</sup>. Vereinzelt wird es auch Day Spa`s bis zu 10.000 m<sup>2</sup> geben. Bei allen neuen Gesundheitskonzepten stehen der Mensch in seiner Gesamtheit und die gesundheitliche Vorsorge im Vordergrund. Behandlungs- und Heilverfahren aus der alternativen Medizin werden hier ebenso angeboten, wie verschiedene Entgiftungs- und Entschlackungskuren. Auch mentales Training und Lebensberatung wird zunehmend wichtiger. Es wird für unsere reizüberflutete, schnelllebige Gesellschaft immer

wichtiger, die „innere Balance“ wiederzufinden. Psychotherapeutische Beratung kann hier unterstützen, die inneren Stärken jedes Menschen hervorzuholen. Das verstärkte Gesundheitsbewusstsein nimmt auch einen wesentlichen Einfluss auf die Spa Equipment Industrie. Das Spa Equipment der Zukunft muss nicht nur den Betreiber Umsätze bringen, sondern den Gast begeistern. Die Erwartungshaltungen vom Markt werden immer höher. Produktanbieter, die es schaffen innovatives und gesundheitsorientiertes Spa Equipment mit cleveren Energiekonzepten zu entwickeln, werden die Nase vorne haben und sowohl Betreiber als auch deren Gäste begeistern.

### **Makrotrend 3**

#### **Lebensräume schaffen! – Kompromisslose Wohlfühlarchitektur kombiniert mit „Green“ Technologie**

Architektur stellt in Zukunft immer stärker die Visitenkarte des Unternehmens dar. Sie muss vom Gast authentisch und einzigartig wahrgenommen werden und ein kompromissloses Wohlfühlambiente schaffen. Es sind Lebensräume, die individuell, authentisch sind und die Sinne der Gäste ansprechen. Eine von einem unabhängigen Institut durchgeführte Umfrage unter 250 4- und 5-Sternehotels im Alpenraum bestätigt Heinz Schletterers Prognose: „Knapp 40 % aller Hoteliers werden in den nächsten zwei Jahren Ihre Wellness-Anlagen und Hotelbereiche erweitern oder umbauen. Den Grund sieht Heinz Schletterer in der Umorientierungsphase – weg vom Einheitsbrei, hin zu innovativen und hochwertigen Lösungen, die den Gästen Nachhaltigkeit bieten und Begeisterung auslösen. „Die Herausforderung ist es, mit einzigartigen Architekturkonzepten einen Wiedererkennungswert zu schaffen, so Heinz Schletterer.“ Das Architekturkonzept geht einher mit der strategischen Ausrichtung des Betriebes und zieht sich wie ein roter Faden durch alle Bereiche des Hotels bzw. Spa`s. In der Vergangenheit wurde oft, ohne auf die Bedürfnisse des Gastes zu achten, geplant und gebaut. Heute und Morgen stehen der Gast und seine individuellen Bedürfnisse und seine Vorlieben im Vordergrund.

#### **Architektur sells!**

Die Architektur wird für Hoteliers zukünftig noch stärker das Marketinginstrument schlechthin werden, da so Stimmungen und Werte positiv stimuliert werden können. Trendiges Design im Hotel oder im Spa Bereich allein sind wertlos, wenn die Funktionalitäten, die betriebswirtschaftlichen Abläufe und die Bedürfnisse der Zielgruppen nicht entsprochen werden. Ein holistisches, zielgruppenorientiertes und funktionelles Architekturkonzept ist das Rezept der Zukunft. Purismus weicht einer natürlichen Behaglichkeit. Den Kontrast zum Herkömmlichen erleben, sowie großzügige Raumkonzepte spielen dabei eine große Rolle. Der Gast erwartet sich in der gehobenen Hotellerie Freiraum zum Entspannen und Erleben. Der Trend bewegt sich in Zukunft zu doppelt so großen Raumkonzepten wie heute. Das positive Anregen aller Sinne, sehen-hören-riechen-spüren-schmecken spielt in der Architektur von Morgen eine wesentliche Rolle. Die Kombination zwischen natürlichen Materialien wie Wasser, Holz, Stein, Lehm, Sand und künstlichen Materialien wie Beton, Stahl, Eisen oder Glas wirkt positiv auf das Wohlbefinden. Clevere Lichtkonzepte werden zukünftig weniger für die Raumausleuchtung genutzt, als viel mehr für das Wohlbefinden des Gastes. Farben spiegeln unsere Gefühle wider und rufen Emotionen hervor. Licht wird somit nicht nur als Stimmungsmacher, sondern auch als Stimmungsveränderer eingesetzt werden.

### **Nachhaltigkeit**

Speziell in der Hotellerie und in Wellnessanlagen mit Saunen, Dampfbädern, verschiedensten Pools und Behandlungsbädern, Boden- und Wandheizungen, speziellen Duftbesprühungsanlagen, raumspezifische Lichtkonzepte oder auch mit unterschiedlichen Lüftungs- u. Klimaeinrichtungen, benötigen viel Energie. Die moderne Technologie (Solarenergie, Photovoltaik, Wärmepumpen, Windenergie etc.) ermöglicht es uns die Energie effizienter einzusetzen. Zusätzlich schaffen clevere Energiekonzepte bis zu 50% Energieeinsparungen in Wellnessanlagen. Ökonomische Energiekonzepte, die wirtschaftliche Vorteile für den Betreiber bringen und einen wichtigen Beitrag zur Umwelt liefern, sind stark im Trend und vor allem hoch subventioniert. Die Wichtigkeit der Investition in die Nachhaltigkeit zeigt sich nicht nur im wirtschaftlichen Bereich. Speziell die hohe Anzahl an Menschen, die sich dem LOHAS (Lifestyle of health & sustainability) Lebensstil angenommen haben, berücksichtigen in ihrer Kaufentscheidung sehr stark, wie nachhaltig ein Unternehmen agiert.

**„Global Hotel- und Spa Trends 2020“. Zu diesem spannenden Thema referiert Heinz Schletterer persönlich auf dem Global Spa Summit in Istanbul, am Mittwoch den 19. Mai 2010 von 09:00 – 10:00 Uhr. Gerne steht Ihnen Herr Schletterer für ein persönliches Interview zur Verfügung.**

### **Über Schletterer:**

Vor ca. 20 Jahren hat Heinz Schletterer die erste Hotel-Spa-Anlage im Hotel Alpenrose im Tiroler Maurach geplant und errichtet und damit den Spa-Boom in der Tourismusbranche maßgeblich ausgelöst. Seit damals hat Schletterer mit seinen innovativen Ideen und Strategien die Entwicklungen in der Branche maßgeblich beeinflusst. Zum weltweit tätigen Planungs- und Consulting Unternehmen mit Firmensitz in Tirol/Österreich gehören mittlerweile Niederlassungen in England, Dubai, Russland, Hongkong, Spanien und Ägypten. Das Leistungsspektrum reicht von strategischen Hotel- und Spa-Konzepten, Wirtschaftlichkeitsanalysen, Architektur, Innendesign, technischer Planung, technische Hotel- und Spa-Audits bis zur schlüsselfertigen Realisierung des Projekts. Zu den Kunden im Alpenraum zählen u.a. die Wellness-Residenz Schalber in Serfaus, genauso wie das Mohr Life Resort, das Leading Family Hotel & Resort Alpenrose beide in Lermoos, ebenso wie das Royal Spa Kitzbühel Hotel, das Romantikhôtel Sackmann in Deutschland, das Jagdhotel in Neustift/Stubaial oder das Andreus Golf & Spa Resort in Südtirol uvm. Das internationale Projektportfolio reicht von tropischen Wellnesswelten auf über 10.000 qm in Norddeutschland, Wellness-Resorts und Sanatorien in Russland, Themen-Spas in Dubai, Ladies-Spas in Saudi-Arabien bis hin zu Spas auf Kreuzfahrtschiffen wie auf der Queen Mary II. Auch die Planung und Umsetzung von Medical Spas und Gesundheitsresorts sind Bereiche in denen Schletterer mit seinen Ideen und Innovationen punktet. Insgesamt wurden bis heute 1800 Projekte auf über 2,5 Mio. m<sup>2</sup> realisiert.

**Weitere Informationen + Terminkoordination:**

**Schletterer GmbH**

Doris Ager, Marketing Manager  
Strass 190 | A-6261 Strass im Zillertal  
t +43 (5244) 62005 526 | f +43 (5244) 62005 50  
doris.ager@schletterer.com  
<http://www.schletterer.com>