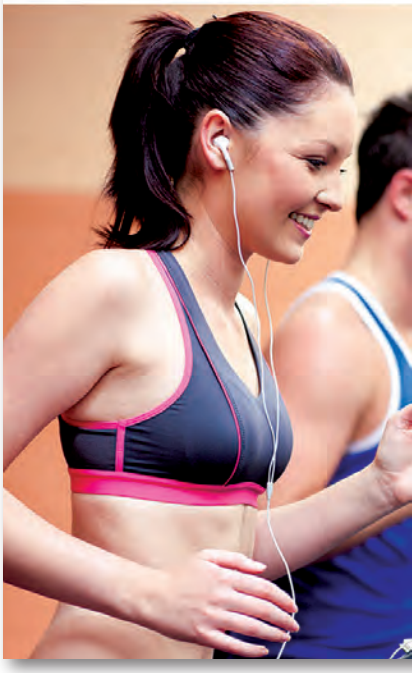


Wachstumsmarkt Gesundheit & Wellness

Aussichtsreiche Chancen für Hotelbetriebe, Reha-Kliniken und Day Spa-Einrichtungen

Von Dr. Carsten Meier

Manche Zukunftsforscher erklären den Gesundheitssektor bereits zum „Kern-Sektor der kommenden Ökonomie", also zu der volkswirtschaftlich bestimmenden Branche des 21. Jahrhunderts - so beispielsweise Matthias Horx. Auch wenn diese Ansicht mit Blick auf die überragende Bedeutung des Fahrzeug-, Maschinen- und Anlagenbaus oder der chemischen Industrie überzogen scheint - richtig ist durchaus: Bereits seit einigen Jahren zeichnet sich ein wachsender Anteil der Gesundheits- und Wellnesswirtschaft an der Bruttowertschöpfung ab. Jüngste Prognosen davon gehen aus, dass im Jahr 2030 jeder Fünfte in dieser Branche arbeitet.

Die Rahmenbedingungen, die diese Entwicklung befördern, sind günstig: Demografischer Wandel, medizinisch-technischer Fortschritt, steigendes Gesundheitsbewusstsein und damit verändertes Konsumverhalten der Bevölkerung - all dies sind wichtige Wachstumstreiber für einen neuen Megatrend mit entsprechendem Potenzial für neue Umsätze, Arbeitsplätze und Berufschancen. Und dieser Trend wird voraussichtlich alle Lebensbereiche durchdringen und damit auf eine Vielzahl an Branchen ausstrahlen. Rund um einen erweiterten Gesundheitsbegriff entwickeln sich bereits heute neue, expandierende Märkte rund um Fitness und Wellness. Mehr als 30 Milliarden Euro zahlen die deutschen Konsumenten für neue Güter und Dienstleistungen mit Gesundheitsbezug (Wellness, Nahrung, Kleidung) - Tendenz steigend.

Hierzulande haben innovative Produkte und vielfältige Dienstleistungen der Life Science Branche erfolgreich ihren Markt in der Gesundheitswirt-

Foto: Fotolia, Becker & Bredel, Bilderbox.com

schaft gefunden. Die veränderte, teils zusätzliche Ausgabenbereitschaft der Konsumenten in vielen Marktsegmenten deutet darauf hin, dass der Gesundheits- und Wellnessmarkt auch im Saarland aussichtsreiche Wachstums- und Beschäftigungschancen bietet. Ein Grund mehr, einzelne Marktsegmente dieser Querschnittsbranche einmal genauer unter die Lupe zu nehmen.

Insbesondere der Gesundheits- und Wellnesstourismus verzeichnet seit Jahren bundesweit beachtliche Zuwächse. Davon profitieren nicht zuletzt Hotels, Reha-Kliniken und so genannte Day Spa-Einrichtungen, die ihre Angebote den Kundenbedürfnissen angepasst haben. Die anhaltende Dynamik ist Resultat des anhaltenden Wellnesstrends. Hierbei handelt es sich nach verbreiteter Auffassung um weit aus mehr als um eine Freizeitgestaltung. Die Entwicklung ist Ausdruck einer Lebenseinstellung breiter Bevölkerungskreise, die auf grundlegenden Werteorientierungen und Lebensbedürfnissen beruht. Veränderte individuelle Bedürfnisse (Work-Life-Balance) führen zu Verhaltensänderungen (Gesundheitsprävention) und Nachfrageverschiebungen der Konsumenten. Im Kern geht es bei alledem um Fitness und Bewegung, Beauty und Vitalisierung, Antistress und Entspannung, Ayurveda und Ernährung. Einige Forscher sprechen bereits von einer Entwicklung hin zur „Wohlfühlkultur".

Attraktives Angebot an Gesundheits- und Wellnessleistungen im Hotelgewerbe

Von diesem Trend profitiert mehr und mehr auch das Hotelgewerbe hierzulande - und dies nicht zuletzt deshalb, weil etliche Hotels in den letzten Jahren verstärkt in attraktive Spa-Bereiche investiert haben. Hierzu zählen in erster Linie Wasser- und Saunalandschaften sowie Fitnesseinrichtungen und Solarien. Abgerundet wird das Angebot

oftmals durch qualitativ hochwertige Dienstleistungen, die das Wohlbefinden der Hotelgäste fördern: Nicht selten werden in Eigenregie oder in Kooperation mit externen Dienstleisten hausintern oder -extern Massage- und Beautyleistungen angeboten. Vereinzelt bestehen auch Kooperationen mit Erlebnisbädern oder Fitnessclubs, in denen die Kunden die Leistungen dann vergünstigt in Anspruch nehmen können. Der Vielfalt in diesem Bereich sind keine Grenzen gesetzt. Mehr noch: Diese Kooperationen sind eine wichtige Grundlage für die zahlreichen ambulanten Formen des Gesundheits- und Wellnesstourismus. Zugleich wird durch diese Partnerschaften die Marktposition von beiden Partnern dauerhaft gestärkt. Mit dieser qualitativen und quantitativen Ausweitung des Serviceangebots folgen die Hotelbetriebe einer stetig wachsenden Nachfrage der Gäste nach hochwertigen Wellnessleistungen.

Und hierfür gibt es im Saarland gute Best-Practice-Beispiele, insbesondere im gehobenen Segment: Unter den 158 Hotelbetrieben, die vom Deutschen Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA) klassifiziert wurden, befinden sich hierzulande derzeit 17 Vier- bzw. Fünf-Sterne-Hotels. Sie sind das klassische Ziel zahlungskräftiger, wellnessorientierter Urlauber. Da es im Saarland im Wellnessbereich keine Klassifizierung anhand einheitlicher Qualitätskriterien, wie z. B. den Wellness-Stars gibt, kann hier nur eine quantitative Betrachtung des Angebots erfolgen. Nahezu alle Hotels dieser Kategorie bieten einzelne Wellnesskomponenten an. Aber nur rund die Hälfte davon kann mit Blick auf die Attraktivität und die Vielfalt der Wellness-Infrastruktur sowie unter Berücksichtigung des jeweiligen Angebots gesundheitsorientierter Dienstleistungen als Wellness-Hotels bezeichnet werden. Hierzu zählen ohne Zweifel die Top-Hotelbetriebe in Perl-Nennig, Weiskirchen, Orscholz, Losheim, Nohfelden-Bosen, St. Wendel (hier sogar zwei Häuser), Theley, Überherrn und Bexbach. Besonders erfreulich: Seit der Jahrtausendwende konnten die Kapazitäten durch zwei neue Hotels erweitert und auf diese Weise das saarlandweite Angebot wellnessorientierter Häuser ausgebaut werden. Dabei ist es keine Überraschung, dass die Betriebe, die in diesen Bereichen bundesweites Renommée genießen, fast ausschließlich in eher ländlich geprägten Regionen liegen. Denn die Einbettung in die Natur bietet optimale Rahmenbedingungen für ein attraktives Freizeitangebot. Dies entspricht dem zunehmenden Wunsch der Gäste nach „Aktiv-Erholung“. So bieten diese Hotels ihren Gästen über die klassischen Wellnessanwendungen hinaus oftmals ganzheitliche Angebote, die der Gesundheitserhaltung und dem Wohlbefinden dienen. Angefangen von Nordic Walking-Touren, über geführte Premium-Wanderungen bis hin zu Mountainbike-Touren, wird das Thema Bewegung und Vitalisierung groß geschrieben.

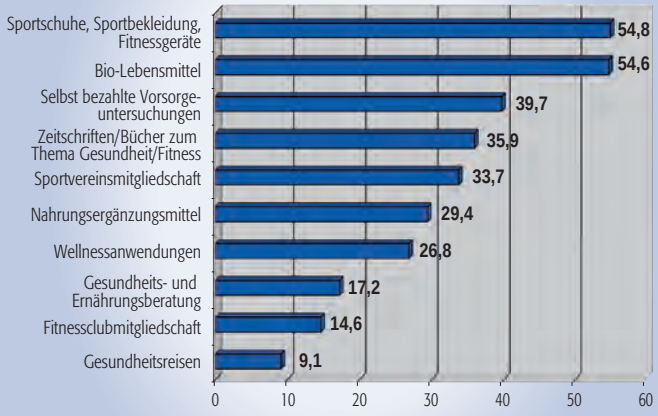
Gudrun Pink, Präsidentin des DEHOGA Saarland, Hotel- und Gaststättenverband Saarland e. V.

„Saarlandweit gibt es zahlreiche Betriebe, die mit Blick auf den Wellnesstrend gut aufgestellt sind. Sie überzeugen oftmals durch eine attraktive Wellnessinfrastruktur oder kooperieren mit externen Partnern. Insgesamt betrachtet bietet der Gesundheits- und Wellnesstourismus für die Hotelbranche aber kein dominierendes Marktsegment, sondern eher eine interessante Nische, die das Potential bietet, über Alleinstellungsmerkmale die eigene Wettbewerbsposition zu verbessern. Die Investitionen und der Erhaltungsaufwand sollten jedoch nicht unterschätzt werden.“

Gesundheitsorientierte Urlaubsform bleibt weiter im Trend

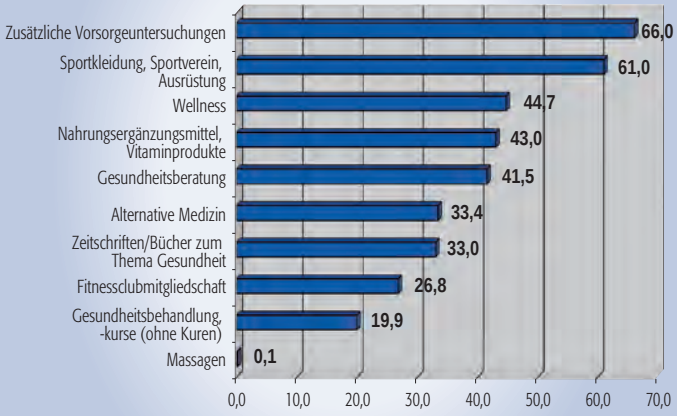
Dass die gesundheitsorientierte Urlaubsform, die Erholung und Genuss miteinander verbindet, weiter im Trend bleibt, steht außer Frage. Laut ADAC-Reisemonitor 2011 interessieren sich die Hälfte aller Deutschland-Reisenden für Fitness- und Wellness-Angebote. Rund 10 Prozent der Urlauber buchen nach einer aktuellen Studie von Roland Berger explizit eine Gesundheitsreise. Besonders positiv ist dabei: Nahezu 45 Prozent der Konsumenten sind zudem bereit, mehr für Wellness auszugeben. Hierin liegen aus Sicht der Hotelbetriebe Chance und Herausforderung zugleich: Unternehmen, denen es gelingt dieses Potenzial für das eigene Wachstum auszunutzen, werden langfristig einen Wettbewerbsvorteil haben. Doch hierfür sind entsprechende Investitionen, die mit einem stetigen Erhaltungsaufwand verbunden sind, unerlässlich. Hinzu kommt, dass die oftmals zahlungskräftige und genussorien-

Hohe Nachfrage nach gesundheitsfördernden Produkten und Dienstleistungen



Angaben in v. H., Mehrfachnennungen möglich
Quelle: Roland Berger Strategy Consultants, 2010; Quelle: IHK Saarland

Zusätzliche Ausgabenbereitschaft der Konsumenten in vielen Marktsegmenten



Angaben in v. H., Mehrfachnennungen möglich
Quelle: Roland Berger Strategy Consultants, 2010; Graphik: IHK Saarland

tierte Zielgruppe hohe Ansprüche an Fachkompetenz bei Beratung und Information hat. Erwartet werde zudem eine qualitativ hochwertige Wellnessinfrastruktur. Mit anderen Worten: Wo Wellness draufsteht, muss auch Wellness drin sein.
Dies bedeutet: Verbesserungen im Bereich Infrastruktur, Service und Fachkompetenz stärken die eigene Marktposition. Hotelbetriebe, die bisher noch vorhandene Qualitätsmängel in diesem Bereich beseitigen oder ein bisher aus Kundensicht quantitativ unzureichendes Wellnessangebot vergrößern, sind für die stetig steigenden Kundenbedürfnisse bestens gerüstet. Aber noch ein weiterer Aspekt wird zunehmend wichtiger: Gut ausgebildete Fachkräfte sind gerade in Hotels, die ihr Leistungsspektrum mit Wellnessanwendungen abrunden, unerlässlich. Bei etlichen Betrieben im Saarland ist dies längst Teil der Unternehmensphilosophie. Gemeinsam mit ihren Bildungspartnern hat die IHK diesen Trend bereits seit langem aufgegriffen und bietet auch für dieses Segment ein vielfältiges Angebot an hochwertiger Weiterbildung und Qualifizierung. (Siehe Seite 31)
Gute Chancen vom Wachstumspotenzial des Gesundheits- und Wellnesstrends zu profitieren, haben auch die saarländischen Reha- und Kurkliniken. In diesem beschäftigungsintensiven Segment, auf das immerhin ein Drittel der Übernachtungszahlen entfällt, hat in den vergangenen 20 Jahren eine Konzentration des Angebots stattgefunden. Die Konsolidierung bei den verbliebenen Einrichtungen ist jedoch weitestgehend gelungen. Besonders positiv ist der hohe Auslastungsgrad von über 80 Prozent und dies aus gutem Grund: Die Einrichtungen profitieren heute von den Wachstumssegmenten „Anschlussheilbehandlungen nach operativen Eingriffen“ und „ambulante Therapien“. Zudem punkten sie mit maßgeschneiderten Angeboten zur Gesunderhaltung („Aktiv-Plus“) und sind damit im bundesweiten Wettbewerb um die wichtige Zielgruppe der Selbstzahler gut aufgestellt. Diese zunehmende Fokussierung auf Selbstzahler ist strategisch richtig: Sie reduziert die Abhängigkeit von öffentlich-rechtlichen Kostenträgern und trägt damit zur Verbesserung der Ertragslage bei.
An der Schnittstelle zwischen Kliniken und Wellness bietet ein weiteres Segment Potenzial, bei dem die Leistungen schwerpunktmäßig durch die Kunden finanziert werden und das im Saarland noch ausbaufähig ist: Der Bereich Medical Wellness. Hier geht es in erster Linie um Diagnostik, Checks, Therapie und Prävention in außerklinischen Medical-Wellness-Zentren - nach Möglichkeit mit funktionaler und räumlicher Vernetzung zum Beherbergungsgewerbe.

„Die hohe Dynamik des Wachstumsmarkts „Gesundheit und Wellness“ strahlt auf viele Bereiche aus. Hiervon kann gerade der Tourismussektor im Saarland nachhaltig profitieren. Mit neuen gesundheitstouristischen Angeboten, die die Themen Natur und Genuss miteinander verbinden und der Gesunderhaltung dienen, können Hotels und Reha-Kliniken hierzulande mehr und mehr punkten. Gefordert ist aber zunehmend auch eine neue Form des Vertriebs und der Kundenansprache. Dies gilt insbesondere für die Kombination aus dem medizinisch-therapeutischen Bereich mit Reha-Kliniken, Medical-Wellness-Zentren und dem Gastgewerbe. Neben einer neuen Art der Kundenakquise ist die Entwicklung und Umsetzung kreativer Ideen und Angebote unerlässlich. Dabei steht die Tourismuszentrale den Hotels und Kliniken gerne beratend zur Seite.“

Birgit Grauvogel, Geschäftsführerin der TZS – Tourismuszentrale Saarland GmbH

Attraktive Day Spa-Angebote stehen hoch im Kurs

Den unter Beschäftigungsaspekten größten Teilmarkt der Gesundheits- und Wellnessbranche bilden jedoch die zahlreichen Fitnessclubs, Beautyfarmen und Kosmetiksalons, Bräunungsstudios, Saunen und Salzgrotten sowie Massagesalons. Beachtlich ist die Qualität und die Breite des Leistungsspektrums der Einrichtungen, die allesamt unter dem Begriff „Day Spa-Einrichtungen“ zusammengefasst werden können. Das dynamische Wachstum der letzten Jahre entspricht dem zunehmenden Kundenwunsch nach ganzheitlichen Angeboten zur Vitalisierung, Bewegung und Entspannung. Wellness ist damit längst nicht mehr den Beauty-Salons vorbehalten. Es sind in erster Linie hochwertige Fitnessclubs und Sportzentren, die ihren Mitgliedern eine moderne Wellness-Infrastruktur sowie weitergehende Dienstleistungen für Erholung und Entspannung nach einem intensiven Training bieten. Attraktive Spa-Bereiche, bestehend aus Saunalandschaften, Solarien und einem Massage- und Beauty-Bereich, werden den Kundenwünschen gerecht. Abgerundet werden die Angebote nicht selten durch Kurse zur Ernährungs- oder

Foto: Becker & Bredel

Gesundheitsberatung.
Über die rund 120 im Handelsregister eingetragenen Firmen hinaus, werden einzelne Wellnessbausteine (Saunen, Solarien) sowie weitergehende Dienstleistungen - sei es in eigenen Praxen oder als mobiler Service - auch von rund 1.300 Kleingewerbetreibenden (also von gewerbepolizeilich gemeldeten Einzelunternehmern) im Saarland angeboten. Sie entsprechen mit ihrer Fachkompetenz in den Bereichen Kosmetik (medizinische oder kosmetische Fuß- und Nagelpflege, Nageldesign), Stressmanagement, Entspannung, klassische oder exotische Massagen (Klang-, Ayurveda- oder Thaimassagen), Wellnessberatung, Mediatation oder Feng-Shui dem weit verbreiteten Wellnesstrend.
Auf die Bedürfnisse der Kunden nach Bewegung und Erholung haben sich mehr und mehr auch die zahlreichen Erlebnisbäder eingestellt - und weitere sind in Planung oder im Bau. Sie bieten den Kunden neben attraktiven Wasserlandschaften, großzüge Saunaareale samt Dampfbädern und Whirlpools. Bei näherer Analyse des Leistungsspektrums wird jedoch deutlich, dass in diesem Segment ein klares Übergewicht der spaßorientierten Bäder besteht. Eine eindeutige Ausrichtung auf Gesundheit und Wellness ist nur bei einer Einrichtung zu erkennen, bei einer weiteren besteht zumindest ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Erlebnis- und Wellness-Charakter. Neue Maßstäbe wird in diesem Bereich ohne Zweifel die Saarland-Therme in Rilchingen-Hanweiler setzen. Alles in allem kann davon ausgegangen werden, dass im Fitness- und Wellnessbusiness allein im IHK-Bereich mehr als 3.500 Menschen im Saarland tätig sind (amtliche Zahlen existieren nicht).

„Mit bundesweiten Gesundheitsausgaben von rund 263 Milliarden Euro allein im Jahr 2008 ist die Gesundheitswirtschaft eine Branche mit hoher Innovationskraft und beachtlicher ökonomischer Bedeutung. Fachkräftemangel und steigender Altersdurchschnitt führen dazu, dass Unternehmen mit qualifiziertem Personal in den Bereichen Prävention, Fitness und Wellness/SPA auch künftig großes Potential haben: als Anbieter von Gesundheitsdienstleistungen und/oder als attraktiver Arbeitgeber durch ein eigenes innerbetriebliches Gesundheitsmanagement."

Prof. Dr. Bernd Allmann, Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheit

Vorhandene Entwicklungspotenziale ausschöpfen: Durch gezieltes Marketing und Kooperationen zu mehr Erfolg

Insgesamt ist das Saarland mit Blick auf den Megatrend Gesundheit und Wellness gut aufgestellt. Dies zeigt sich insbesondere im Hinblick auf die dynamische Entwicklung bei den so genannten Day Spa-Angeboten. Da die Nachfrage nach Wellness- und Gesundheitsaufenthalten in Hotels und Kurkliniken weiter wachsen wird, bedarf es eines marktorientierten Ausbaus des Wellnessan-

gebots auf Betriebsebene. Dabei gilt jedoch mehr denn je: Unternehmen, die beständig in die Verbesserung der eigenen Infrastruktur investieren und durch ein hohes Maß an Servicequalität und Fachkompetenz punkten, sind im Wettbewerb um die anspruchsvolle Zielgruppe bestens gerüstet. Hilfreich wäre die Orientierung an einheitlichen Qualitätskriterien, beispielsweise nach dem Vorfeld der „Wellnessstars" in Baden-Württemberg und NRW.

Gleichwohl sind die vorhandenen Entwicklungspotenziale noch nicht vollständig ausgeschöpft. Die in der Tourismusstrategie 2015 als Masterprojekt empfohlene „Entwicklung integrierter Angebote, bestehend aus Medical-Wellness-Zentren und Beherbergungsangeboten im Schnittstellenbereich von medizinischer und touristischer Kompetenz", ist ausbaufähig. Optimierungsbedarf besteht auch beim Marketing: Gerade vor dem Hintergrund der Alterung der Gesellschaft und des wachsenden Gesundheitsbedürfnisses breiter Bevölkerungskreise sollte die Kompetenz „Gesundheitstourismus" noch deutlicher hervorgehoben werden. Hiervon würde die saarländischen Hotelbetriebe unmittelbar profitieren. Und schließlich würde eine verstärkte interdisziplinäre Zusammenarbeit zwischen den Akteuren zu einer win-win-Situation führen. Durch Kooperationen zwischen Kommunen, Hotels, Reha-Kliniken, Day Spa-Einrichtungen, Erlebnisbädern sowie Fachmedizinern könnten Synergien gehoben werden. Ein „Netzwerk Tourismus/Gesundheit" könnte hierfür Impulsgeber und Koordinierungsstelle zugleich sein - ganz nach dem Motto „im Verbund mehr erreichen".

Foto: Bilderbox.com

Der Autor

ist Leiter der Stabsstelle Koordination/Grundsatzfragen der IHK Saarland
☎ *(0681) 9520-104*
✉ *carsten.meier@saarland.ihk.de*

Mehrwerte für Ihr Unternehmen – mit Fach- und Servicekompetenz zum Erfolg: Die IHK-Weiterbildungsangebote im Bereich Gesundheit und Wellness im Überblick:

Gemeinsam mit ihren Kooperationspartnern bietet die IHK Saarland hochwertige, praxisnahe Lehrgänge

(1) In der Anpassungs-Fortbildung (Zertifikatsbereich)

- Ayurveda Fachberater/in (IHK)
- Entspannungstechniken (IHK)
- Fachkraft für Beratung und Training (IHK)
- Fachkraft für Gesundheit und Wellness (IHK)
- Fachkraft für Gesundheitsberatung, Offizin (IHK)
- Fachkraft für Gesundheitsmanagement im Betrieb (IHK)
- Fachkraft für kosmetische Behandlung (IHK)
- Fachtrainer/in für Fitness, Gesundheit und Prävention (IHK)
- Fitness- und Gesundheitscoach (IHK)
- Medical Mental Business Trainier (IHK)
- SPA und Wellness-Berater/in (IHK)
- Wellnessberaterin (IHK)

Weitere Informationen:

IHK Saarland
Mareike Weidenbach
✉ *mareike.weidenbach@saarland.ihk.de*
☎ *(0681) 9520-749*

2) In der Aufstiegsqualifikation (mit IHK-Prüfung)

- Fachwirt für Gesundheits- und Sozialwesen
- Fachwirt für Prävention und Gesundheitsförderung
- Fitnessfachwirt
- Yogalehrer

Weitere Informationen:

IHK Saarland
Ute Mind
✉ *ute.mind@saarland.ihk.de*
☎ *(0681) 9520-752*