

# Digital-sozial-entspannt - ein Blick in die Wellness-zukunft



**Wie ein Wahrsager in die Glaskugel schauen? Das Orakel von Delphi befragen?**

**Oder lieber auf den Glückskeks vertrauen? Leider haben wir noch keine zuverlässige**

**Möglichkeit gefunden, die Zukunft vorauszusagen. Das Gottlieb Duttweiler Institute Zürich**

**(GDI) hat aber immerhin einen Versuch gestartet: Im Auftrag der Messe Hamburg wurde nach**

**Zukunftstrends in Gastronomie und Hotellerie geforscht. Erstaunliche Schnittstellen weist das**

**Thesepapier zur Zukunft des Tourismus dabei mit den aktuellen Wellnesstrends auf...**

Zum Bersten voll waren die Vortragsräume auf der ITB 2016 in Berlin, als es um die Themen Big Data und den digitalen Wandel ging – denn schließlich entkommt keine Branche der Digitalisierung und das Interesse ist groß! Sowohl Gastronomen, Hoteliers als auch die anwesenden Web-Experten waren sich einig ob der bereits jetzt bemerkbaren Veränderung: Die Grenzen zwischen Handel und Gastronomie verschwimmen und damit auch die On- und Offlinewelt; Gäste werden digita-

ler und ihre Grundbedürfnisse ändern sich. Für die Realität bedeutet das: Das richtige Angebot muss zur richtigen Zeit auf den Gast in spe treffen, um zu einer erfolgreichen Buchung zu führen. Ob das online oder offline passiert, ist – so die Untersuchungsergebnisse des GDI – egal.

Die Zukunftsfähigkeit Ihres Unternehmens hängt also von Ihrer Flexibilität ab, denn der Gast von morgen fordert und ist ziemlich wählerisch! Ob jung oder

alt – er informiert sich im Netz, bevor er eine neue Location ausprobiert oder eine Wellness-Auszeit bucht. Mehr als zehn Touch-Points, also Kontakte mit Ihrer Website oder Ihrem Facebook-Account im Netz, sind nötig, bevor eine Reise-Entscheidung getroffen wird. Die Frage wird künftig nicht lauten: Wie erreichen wir unsere Kunden? Sondern: Wie erreichen unsere Kunden uns?

Auch Reservierungs-, Bestell- und Bezahlssysteme werden den Gastronomen in Zukunft immer wieder vor Herausforderungen stellen. Digitalisierung sollte also Chefsache sein und neue Technologien ernst genommen werden. Denn wie gesagt: Der Gast der Zukunft ist anspruchsvoll...

Hildegard Dorn-Petersen, FCSI, berät seit mehr als 20 Jahren die mittelständische Hotellerie und Gastronomie ([www.hotel-consult.de](http://www.hotel-consult.de)). Zu den Schwerpunkten zählen Spa & Wellness, betriebswirtschaftliche Beratung und Mystery Checks (u.a. für WKÖ-Klassifizierung). Sie ist Mitglied im Vorstand des FCSI Deutschland-Österreich e.V. und Gastautorin in der Fachpresse.



© Foto: TMB-Fotoarchiv\_Y



## Hightech trifft auf Bioromantik

Der Gast der Zukunft verlangt nach Innovativen, persönlich gestalteten und schnell erreichbaren F&B-Produkten – was dank www jederzeit möglich ist. Gleichzeitig wächst aber die Sehnsucht nach einer traditionellen Welt in „Bio“. Natur ist also der Gegentrend zur Technik, trotzdem ergänzen sie einander: Die Technik kann Wunder erschaffen, die Natur bringt Frieden und Balance. Zukunftsforscher Oliver Leisse ist sich sicher: „Ob im Restaurant oder im Wellnessbereich – in Zukunft geht das eine nicht ohne das andere. Der Fusion der analogen Welt mit der digitalen Welt gehört die Zukunft.“ Eine Philosophie, der sich viele Wellnesshotels bereits verschrieben haben.

## Menschen statt Marken

Ein weiterer Trend, den das GDI erkennt: Trotz – oder wegen? – der fortschreitenden Digitalisierung wird persönlicher Kontakt immer wichtiger. Denn das, was den Aufenthalt in einem Hotel oder Restaurant für den Gast zu etwas Besonderem macht, ist nicht in der Werbung zu finden. Kein Info-Folder, kein Werbebanner und auch kein Fernsehspot schaffen es, beim Konsumenten echte Emotionen zu wecken. Die entstehen erst im Austausch mit jenen Menschen, die hinter einem Restaurant oder Hotel stehen. Beginnend beim ersten E-Mail Kontakt kann das sogar so weit gehen, dass Freundschaften entstehen.

Für das Restaurant der Zukunft sind also Mitarbeiter, Servicepersonal, Koch und Besitzer entscheidender denn je. Ihre persönliche Kompetenz in Bezug auf die Produkte, ihre Herstellung und Weiterverarbeitung ist die Grundvoraussetzung für den Erfolg. Daher träumt so mancher Gastgeber von einer Quelle, aus der die richtigen Mitarbeiter sprudeln – vor allem im Spa. Denn gerade hier gilt es, die Bedürfnisse und Wünsche des einzelnen Kunden zu erspüren. „Quality of touch“ ist das Schlüsselwort der Zukunft. Gutes Personal kann sich aussuchen, für wen es arbeitet. Ausschlaggebend dafür, wo es dann bleibt, ist oftmals nicht das Geld, sondern die innere Motivation.

## Steigende Ansprüche in einer schnelllebigen Zeit

Ich habe keine Zeit! Wie oft sagen wir diesen Satz? Propagieren wir deshalb Zeit als das neue Luxusgut, das wir uns nicht nur gelegentlich, sondern immer öfter gönnen sollten. Oliver Leisse weiß: „Zeit ist unser größtes und knappstes Gut. Gerade auch bei einer überalternden Gesellschaft. Jedes mittelmäßige Essen in der Gastronomie wird da zur persönlichen Beleidigung.“

Und auch wenn Convenience-Food bequem ist, befriedigt es nicht die Sehnsucht nach frischem, natürlichem, lokalem, biologischem Essen. Lieferdienste unterstützen den Trend des „Homing“ seit Jahren; immer mehr renommierte Betriebe



© Foto: Dirk\_Holst



*Was bringt die Wellness-Zukunft?  
Am Spa-Camp 2015 und bei der ITB 2016 versuchte man sich im  
Prognostizieren. Fazit: es gibt nicht viel, was wir in Österreich nicht  
schon hätten – davon können andere Branchen nur träumen.*



springen auf den Zug auf und bieten Speisen für zu Hause an. Entweder zum Abholen oder mit Lieferung über Zustellanbieter wie Foodora oder Mjam.

## Social Food & Social Wellness

Den „Homing“-Trend für sich nutzen, können daher Restaurants, die dem Gast eine angenehme Atmosphäre bieten, ein Ambiente, in dem er sich zuhause fühlt. Solche Betriebe könnten sich dann, so die Einschätzung des GDI, als Ort der Inspiration und des Wissens etablieren. Denn Essen wird immer mehr zum Lifestyle, zum Statussymbol und Ausdrucksmedium. Junge Leute besuchen Street Food Festivals statt Konzerten, treffen sich zur Craftbeer-Verkostung statt in einer Bar. Das Restaurant der Zukunft kann also ein Ort des geselligen Zusammenseins, aber auch ein Erholungsplatz für Körper und Geist sein – ein Anspruch, den die Wellnesshotellerie bereits in Perfektion erfüllt.

Im Wellnessbereich wird Geselligkeit nämlich bereits seit der Antike gelebt: Schon im alten Rom galt der Besuch einer Bäderanlage als ein Ort der Begegnung. Nicht nur Körperpflege und Gesundheitsprävention standen hier im Vordergrund, sondern vor allem das Sehen und Gesehen werden, das gemeinsame Baderlebnis. Heute nennt sich das Social Wellness: Spaß haben, mit Freunden treffen und es sich nebenher noch bei einem Treatment gut gehen lassen.

Festzuhalten ist dabei: Die Gäste von heute wollen sich nicht einfach mehr auf einer Liege fallen lassen, sie wollen agieren, kommunizieren und mitbestimmen.

Dass das gelingt und der Gast mitbestimmt, zeigen etwa in der Gastronomie lange unterschätzte Trends wie zum Beispiel die vegane Ernährung. Die zunehmende Zahl von Veganern und das daraus resultierende Gästepotential werden in der Hotellerie und Gastronomie immer wichtiger. Viele Gastronomen haben das erkannt, die Zahlen geben ihnen Recht: Der Umsatz an veganen Produkten lag im ersten Quartal 2015 um 27 Prozent über dem Vergleichsquartal des Vorjahres.

Veränderungen in der Gesellschaft oder Ernährung sowie Lifestyltrends sollte der Gastronom oder Hotelier also stets verfolgen – um entsprechend reagieren zu können. So wird der Gast von heute zum Gast von morgen!


## SpaCamp Trends 2016

Damit die Spa- und Wellnessbranche im deutschsprachigen Raum auf dem Laufenden bleibt und weiß, mit welchen Trends man sich näher befassen sollte, wird jedes Jahr im Herbst die Ideenwerksatt SpaCamp veranstaltet. Bei der vergangenen Veranstaltung im November 2015 lieferte eine Trendprognose aus den USA den nötigen Gesprächsstoff. Der US-„Spafinder“ veröffentlichte nämlich die Top 10 der Besucher-Ansprüche an eine Wellnessoase. „Alte Hüte, an den Haaren herbei gezogen und manches einfach überflüssig“, war die erklärte Meinung der Spa-Camper – „wir sollten weiter an unserem europäischen Selbstbewusstsein arbeiten und nicht alles kritiklos übernehmen!“, die Conclusio. Denn nur so können Wellness-Anbieter in Österreich, Deutschland und der Schweiz auch weiterhin erfolgreich am Wachstumsmarkt Wellness partizipieren.



# INFO

Als Antwort auf die Hitliste aus den USA wurden in einer SpaCamp-Session eigene Top 10 der Spa & Wellness-Trends 2016 formuliert, darunter Regionalität und Authentizität, Digital Detox und Social Wellness. Alle weiteren Punkte und Informationen rund um die letzte Veranstaltung sind nachzulesen unter [www.spacamp.net](http://www.spacamp.net).

Neue frische Impulse erwartet die Branche beim SpaCamp 2016 unter dem Motto „Auf Ideenfang! – SPAnnungsfelder zwischen Wellness und Gesundheit“. Der Run auf die Plätze hat bereits am 1. Mai begonnen. Melden Sie sich deshalb gleich zum SpaCamp 2016 an, das in diesem Jahr Anfang Oktober in Brandenburg-Berlin stattfinden wird. 

## Alle Wellness-Tagungen auf einen Blick:

AHGZ Wellness Gipfel 6./7. Juni  
2016 Grand Hotel Heiligendamm

Branchenevent für Hoteliers und Spa-Manager führender Wellness-hotels mit internationalen Referenten vor einzigartiger Kulisse (Kostenloser Flughafentransfer Hamburg)

Tiroler Wellness Kongress  
16.06.2016 Innsbruck

Praxisorientierte Vorträge,  
Produkte und Dienstleistungs-  
innovationen zum Angreifen und  
Networking

SpaCamp 7. – 9. Oktober 2016  
Brandenburg-Berlin

Impulsgebende Fachveranstaltung  
und Ideenwerkstatt für die Themen  
Spa, Wellness und Gesundheit im  
Esplanade Resort & Spa am  
Scharmützelsee.

Global Spa & Wellness Summit 17.  
– 19. Oktober 2016 Kitzbühel

Der weltweit größte und renommierteste  
Branchentreff der Wellness- und  
Gesundheitswirtschaft, der „Global  
Wellness Summit“, findet heuer  
erstmals in Tirol statt.

Die größte **Herausforderung**  
im Vertrieb ist **Komplexität**.

**Behalten** Sie den  
**Überblick!**

Wir **unterstützen Sie** dabei.

**ammo**  
UNTERNEHMENS  
BERATUNG

Strategie | Prozess | Training