

Besuchermagnet Wellness: Nach Spitzensommer gute Buchungslage für den Herbst

Utl.: Klasse statt Masse: Wellnesshotels setzen auf Qualität =

Wien (TP/OTS) - Zufrieden sind Österreichs Wellness-Hotels mit dem bisherigen Geschäft, der Ausblick auf Herbst und Winter ist sehr positiv. Das Wetter hat den Positiv-Trend unterstützt, die Grundlage bildet das Preis-Leistungs-Verhältnis.

Mit den kühleren Temperaturen beginnt die Hochsaison in den Wellness-Hotels. Die heimischen Top-Betriebe blicken nach dem guten Sommer zuversichtlich in den Herbst. Die Österreichische Hotelierversammlung (ÖHV) hat sich unter ihren Mitgliedsbetrieben umgehört.

Toller Sommer und guter Herbst für Paierl: "Die Qualität ist ausschlaggebend."

"Der Sommer ist bei uns - wie in eigentlich allen Thermenhotels - sehr gut gelaufen", ist Erwin Paierl, Inhaber des Vier-Sterne-Superior-Hotels "Thermenhof Paierl" in Bad Waltersdorf, mit der zu Ende gehenden Saison zufrieden. Die familienfreundliche Preisgestaltung habe dazu weniger beigetragen (sie wurde auch in den vergangenen Jahren praktiziert) als vielmehr das Wetter: "klar, das wirkt sich aus. Entscheidend ist aber, wie der Betrieb aufgestellt ist: Das Hotel muss sich auch bei Schönwetter rechnen. Die drei Wochen mit nicht ganz so schönem Wetter waren für uns die Butter aufs Brot", so Paierl. Diesen Schwung will Paierl auch in die kälteren Jahreszeiten mitnehmen: "Da liegt die Latte schon höher. Aber die Entwicklung für den Herbst und den Winter zeichnet sich sehr gut ab", so Paierl. Er punktet mit einer Ayurveda-Behandlungen und Kuren, für die er ausnahmslos Spezialisten - Ärzte und Therapeuten aus dem indischen Kerala - einsetzt: "Hier muss die Qualität ganz einfach passen. Wer hier spart, spart am falschen Platz", so Paierls Credo.

Reiter's stark im Plus: "Zunehmende Wertschätzung für Preis und Leistung im Land"

Karl J. Reiter ist mit dem bisherigen gesamten Jahresverlauf in seinen Betrieben sehr zufrieden: "Wir sind mit allen unseren

Betrieben im Burgenland stark im Plus. Das Wetter war natürlich hilfreich, jedoch ist auch mehr und mehr zu bemerken, dass erfahrene Gäste zunehmend Preis und Leistung im Land wertschätzen." Dazu beigetragen hätten auch Investitionen in die Häuser: "Wir haben sehr viel im Außenbereich getan." Zusammen mit den im internationalen Vergleich überdurchschnittlichen Investitionen würde sich die hohe Dienstleistungsqualität bezahlt machen. Dass Österreichs Wellnesshotels bei der Ausstattung zwar top sind, preislich aber nicht mit der internationalen Spitze mithalten, sei in jedem Fall zum Vorteil der Gäste. Aus derzeitiger Sicht erwartet Reiter auch für Herbst und Winter eine Nachfragesteigerung gegenüber dem Vorjahr. Um das Optimum nicht nur für die Betriebe, sondern für die gesamte Region herauszuholen, brauche es aber eine intensivere Vermarktung: "Hier wird zu viel liegen gelassen."

Falkensteiner: "Klasse statt Masse!"

Weit über den Erwartungen verlief der Sommer für die österreichischen Wellnessbetriebe der Falkensteiner-Gruppe. Bemerkenswert ist für COO Dr. Alexander Rössler, dass das Umsatzplus von ca. 5% gegenüber dem Vorjahr vor allem über eine Preissteigerung erzielt wurde. Durchgesetzt werden konnte die dank der guten Positionierung infolge der hohen Qualität, die sich in den Gästebewertungen stark niederschlägt: "Die Gäste legen gerne ein paar Euro drauf, wenn sie dafür eine perfekte Dienstleistung bekommen - also Klasse statt Masse." Absolut im Trend liegen Angebote für Gesundheitsbewusste, was sich etwa am Erfolg des Bleibergerhofs ablesen lässt, der etwa mit seinem Heilklimastollen speziell diese Zielgruppe anspricht. Für Herbst und Winter geht Rössler auf Basis der bisherigen Buchungen von einer guten Umsatzentwicklung aus. Auf das Wetter alleine könnten sich die Betriebe aber nicht verlassen, so Rössler: "Der Betrieb muss einladend sein und der Gast höchst zufrieden. Nur dann kann es funktionieren." Und die Bilanzen und die Buchungsstände zeigen, dass es funktioniert.

Die ÖHV gestaltet als freiwillige und parteiunabhängige Interessenvertretung der führenden Hotellerie durch Lobbying die Rahmenbedingungen für modernes Unternehmertum. 1.200 Mitgliedsbetriebe nutzen operative Dienstleistungen in Marketing und Weiterbildung genauso wie ihren Vorsprung durch Innovation und Vernetzung. Mit rund 152.000 Betten - das entspricht zwei Drittel der Kapazität in der 4- bis 5-Sterne-Superior-Hotellerie - und mehr als 40.000 Mitarbeitern erwirtschaften die ÖHV-Mitglieder einen

Gesamtumsatz von rund 3 Mrd. Euro. Die Tourismus- und Freizeitwirtschaft generierte als Österreichs Wirtschaftsmotor 2010 über direkte und indirekte Wertschöpfung 15,1 % des BIP und jeden 5. Vollarbeitsplatz.

Weitere Pressemeldungen und Bildmaterial finden Sie unter <http://www.oehv.at/presse>

Rückfragehinweis:

Martin Stanits
Public Affairs & Public Relations
Tel.: +43 (0)1 533 09 52 - 20
Fax: +43 (0)1 533 70 71
presse@oehv.at
<http://www.oehv.at>

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/5473/aom>

*** TP-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT ***

TPT0005 2011-10-06/16:03

061603 Okt 11

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20111006_TPT0005