

FHWien: Gesundheitstourismus - Zukunftsmarkt mit Herausforderungen

Utl.: Das ist eine zentrale Erkenntnis aus dem Symposium für Gesundheitstourismus an den FHWien-Studiengängen der WKW, das am 1. Februar 2012 stattfand. =

Wien (OTS) - Österreich hat ausgezeichnete Chancen, vom aufstrebenden Wirtschaftsfaktor Gesundheitstourismus zu profitieren. Voraussetzung ist aber, dass die nötige Aufbauarbeit geleistet wird - von der glaubwürdigen Positionierung bis zur Qualitätssicherung durch Gütesiegel. Das ist eine zentrale Erkenntnis aus dem Symposium für Gesundheitstourismus an den FHWien-Studiengängen der WKW, das am 1. Februar 2012 stattfand. Rund 80 Teilnehmer diskutierten unter der Moderation von Martin Schaffer (Geschäftsführer von Kohl und Partner, Wien) mit Eva Adamer-König (Studiengangsleiterin "Gesundheitsmanagement im Tourismus", FH Joanneum) und Dietmar Schuster (Abteilung für Sozialpolitik und Gesundheit, WKÖ) über Rahmenbedingungen, mögliche Geschäftsmodelle und Entwicklungstendenzen dieses zukunftssträchtigen Zweiges der Tourismuswirtschaft.

Gesundheitstourismus: Ein Markt mit Zukunft

In Österreich werden jährlich rund 35 Mrd. Euro, das sind 12% des BIP, für Gesundheit ausgegeben. Davon entfallen 60% auf die öffentliche Hand, aber bereits 40% sind private Ausgaben, etwa für Zusatzversicherungen, Arzneimittel oder Gesundheitsreisen. Laut einer Studie von Roland Berger wird sich der Gesundheitsmarkt bis 2020 mehr als verdoppeln. Überdurchschnittliches Wachstum ist in den Teilbereichen "gesunde Lebensmittel", "Fitness" und "Gesundheitstourismus" zu erwarten. "Die Nachfrage für Gesundheitsreisen wird also steigen", so Michael Mair, Gastgeber und Leiter des Instituts für Tourismus-Management der FHWien. Das ist eine große Chance für Österreich, denn "wir haben die besten Voraussetzungen: Ein ausgezeichnetes Gesundheitssystem und Top Erfahrungen im Tourismus," führt Mair weiter aus.

Glaubwürdigkeit und Vertrauen

Für Tourismusdestinationen steckt also viel Potential im Bereich Gesundheitstourismus, gleichzeitig muss aber noch Aufbauarbeit

geleistet werden. Das Angebot ist vorhanden, vielfach fehlen aber noch marktfähige Produkte und Informationen für potentielle Kunden. Martin Schaffer warnt allerdings vor unüberlegten Schnellschüssen: "Nur weil Gesundheitstourismus im Trend liegt, sollte sich eine Destination nicht dafür entscheiden. Ein begeisterter Bürgermeister und eine Handvoll engagierter Touristiker sind wichtig, reichen aber nicht aus. Es braucht die Motivation und das Commitment einer breiten Basis." Hilfreich sind eine klare, konsequent umgesetzte Positionierung und ein tragfähiges Netzwerk an Leistungsträgern, denn "Gesundheit ist ein massiv heikles Thema. Die Gäste kommen, wenn sie das Gefühl haben, da bin ich gut aufgehoben. Letztendlich geht es also um Glaubwürdigkeit und Vertrauen", so Schaffer.

Angebote greifbar machen

Tourismus-Studierende des 5. Semesters Bachelor beschäftigten sich bereits im Vorfeld intensiv mit dem Thema. In einem Wettbewerb von 6 Kleingruppen wurden Informationskonzepte und Geschäftsmodelle für Destinationen entwickelt. Die Siegergruppe stellte ihr Konzept beim Symposium für Gesundheitstourismus an der FHWien vor: Eine Informationsbroschüre für Endkunden, die Wissenslücken rund um Kur, Rehabilitation, öffentliche und private Leistungen, Angebote und Möglichkeiten für Begleitpersonen etc. schließt.

Fotos zum Download unter:
<http://www.ots.at/redirect/fhw>

Rückfragehinweis:

Carina BEN ZEITOUN-WEISS
Presse
E-Mail: carina.benzeitoun-weiss@fh-wien.ac.at
Tel: 01/476 77 5730
Mobil: 0664/80 476 77 38

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/1636/aom>

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

TPT0005 2012-02-02/13:51

021351 Feb 12

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20120202_TPT0005