



Barbara Morf

Die Geschäftsführerin von Leading Collection und Leading Retreats fragt sich, wieso sich in der Schweiz so wenige Hoteliers explizit auf hochstehende Konzepte für lustvolle Prävention im Gesundheitstourismus fokussieren. Die Zugerin weiss, dass es dazu Mut erfordert, doch ebenso, dass dies eine Investition in einen der grössten Zukunftsmärkte ist.

Karriere im Hotel-Marketing

Nach ihrem Wirtschaftsstudium mit Fokus auf das Gastgewerbe arbeitete Barbara Morf mehrere Jahre lang für Mövenpick als Sales & Marketing-Direktorin. Mit Swiss Sales gründete sie 1989 ihre erste eigene Sales & Marketing-Organisation. Nach dem erfolgreichen Verkauf dieser Firma wurde sie Partnerin in einer anderen Agentur, bevor sie sich mit Leading Collection 2011 den Traum verwirklichte, einzigartige und luxuriöse Hotels, Resorts und Destinationen rund um den Globus zu repräsentieren. Auf der Kompetenzplattform Leading Retreats vermarktet und kreiert sie Retreats und Retreat-Hotels. Und seit 2016 ist sie Geschäftsführerin von PURE connections, einer führenden MICE-Agentur.

Die Schweiz wäre eigentlich wie gemacht, um präventiv dafür zu sorgen, dass der Mensch, oder der Gast, gesund bleibt. Ein Thema, das immer wichtiger wird. Wer fühlt sich nicht regelmässig gestresst, genervt oder im extremen Fall gar nicht mehr? Heute ist es leider nicht unüblich, dass bereits junge Menschen an schweren Burnouts erkranken. Die Schweiz hätte das Zeug dazu, um Menschen gesund zu erhalten: Das Niveau unserer Hotellerie liegt weltweit an der Spitze. Die Ausbildung unserer Fachleute ist top. Unsere Produkte zählen zu den allerbesten.

Die wunderbare und intakte Natur gibt Kraft, Vitalität und Ruhe. Werte, wonach in dieser hektischen und fordernden Zeit mehr und mehr Menschen suchen. Hier wird zwar seit Jahrhunderten geheilt. Doch unsere Bade- und Luftkurorte sind leider oft etwas altbacken. Wanderungen, Wellness-, Yoga- und Entschlackungswochen werden teilweise angeboten. Doch ausschliesslich auf Prävention im Gesundheitsbereich setzen die allerwenigsten Hoteliers. Die Angebote sind verzettelt: Oft finden neben Yoga-Retreats auch Seminare im Haus statt und am Wochenende wird geheiratet oder sonst irgendwie gefestet. In Asien liegen die meisten klar strukturierten Hotels. Yoga-, Ayurveda-, Meditations- und ähnliche Hotels verzeichnen Traum-Auslastungen. Jetzt, wo Aufbruchstimmung herrscht und viele Europäer nach Ruhe und Erholung in der Nähe suchen, wäre doch der ideale Zeitpunkt, um auch in der Schweiz auf diesen Trend einzugehen.

Gehobene Viersterne-Häuser, die explizit auf Yoga, Pilates oder Meditation setzen, sind hier kaum zu finden. Warum nicht ein altes Kurhotel, das an einem Kraftort liegt, in ein Hotel mit stimmigen Räumlichkeiten und einem Therapiezentrum umbauen? In eine Art modernes Ashram, wo die besten Fachleute für die Gäste da sind, sie unterrichten, leiten, betreuen und bekochen? Die vegane und Rohkosternahrung sind derzeit doch in aller Munde. Es wäre eine alternative Möglichkeit, in seinem Haus ausschliesslich auf gesunde Ernährung zu setzen und den Gästen unter Mitwirkung von Fachleuten und Ärzten Ernährungs-Kurse oder Detox-Kuren im gehobenen Ambiente anzubieten. Produkte sowie Know-how wären vorhanden und Fachleute könnten auch extern für die Hotels arbeiten. Wie das funktioniert, zeigen zum Beispiel das Devaaya Ayurveda Nature Cure Center in Indien und auch das Oceano Hotel Health Spa in Teneriffa.

Derzeit baue ich weltweit Distributionskanäle für zwölf authentische Retreats im Bereich Yoga, Ernährung, Achtsamkeit, Vitalität und Prävention auf. Zehn mehr möchten ebenfalls, dass ich diese Arbeit für sie übernehme. Einfach um zu zeigen, dass die Konkurrenz, übrigens auch in angrenzenden Ländern, bereits auf diesen Markt baut. Der Markt ist

noch schwer greifbar, denn jeder könnte ein potenzieller Kunde sein, deshalb braucht es Zeit, Mut und Geld, einen Markt dafür aufzubauen. Mindestens fünf Jahre müssten interessierten Hoteliers für eine erfolgreiche Neupositionierung schon zur Verfügung stehen. Mäzene mit Geduld und Vertrauen in das Konzept sind dabei hilfreich. Ich kann mir vorstellen, dass es Hoteliers schwerfällt, Anfragen für grössere Anlässe wie beispielsweise Hochzeiten abzulehnen. Besonders in einer Zeit, wo das Haus leer steht. Doch ein klares Konzept lohnt sich. Es ist nur eine Frage der Zeit, bis Hotels, die im lustvollen, präventiven Gesundheitsbereich tätig sind, erfolgreich werden. Der «Lanserhof» in Lans beispielsweise hat vor einigen Jahren mit dem Angebot der F.X.-Mayr-Kur begonnen, Gäste anzulocken, die präventiv etwas für ihre Gesundheit tun wollen. Heute bietet das Unternehmen in vier Häusern in Österreich und Deutschland mit dem Lans-Med-Concept Massstäbe für ganzheitliche Medizin, nachhaltige Regeneration und Prävention. Ihre Ärzte und Spezialisten gehören zu den profiliertesten Köpfen ihres Faches. Gemeinsam mit den Gästen stimmen sie jedes Detail individuell auf sie ab.

Der neue Luxus werden digitalfreie Ferien sein. In etwa zehn Jahren wird es Retreats oder Lodges in der Natur geben, die abseits aller Strahlen und vielleicht sogar weg vom Netz stehen. Je nach Bedarf ist in gewissen Räumen stundenweise ein Netzwerk vorhanden. Ansonsten ist man frei von jeglicher Strahlung. In Deutschland gibt es hier bereits ein Beispiel; die Villa Stephanie vom Brenners Park wurde explizit so gebaut. Diese Häuser sind so konstruiert, dass sich die Gäste in tollen Gemeinschaftsräumen begegnen. Es kann sein, dass nicht wenige Menschen, die im digitalen Zeitalter aufgewachsen sind, wieder lernen müssen miteinander zu kommunizieren. Und zwar ohne Geräte.

Firmen werden mit Hoteliers zusammenarbeiten, welche die besten Präventionsprogramme bieten und auch über die relevante Infrastruktur und Fachkräfte verfügen. Somit haben die Mitarbeiter im Gesundheitsmanagement die Möglichkeit, Mitarbeitern Gutscheine zu schenken, damit sich diese im Partnerhotel mittels Meditation, sportlichen Aktivitäten und der richtigen Ernährung erholen. Auch Digital Detox und Standortbestimmungen werden wichtige Themen sein.

Bewusste Menschen wollen an Kraftorten regelmässig Energie tanken, um sich wieder mit sich selbst zu verbinden und sich wieder mehr zu spüren. Die Regionalität wird in der Gastronomie noch stärker verwurzelt sein. Gäste suchen vermehrt Authentizität. Der Wunsch in den Ferien etwas «Sinnvolles» zu tun drückt sich in Form von Freiwilligenarbeit aus, ein Trend, der auch zunehmen wird. •

«Es ist nur eine Frage der Zeit, bis Hotels, die im lustvollen, präventiven Gesundheitsbereich tätig sind, erfolgreich sind.»