



## **Best Health Austria & Österreich Werbung Vorsprung durch Qualität**

Österreichs Wellnessanbieter stehen derzeit vor großen Herausforderungen. Einerseits rüsten Mitbewerber in den Nachbarländern massiv auf, andererseits brachte die starke Investitionstätigkeit der vergangenen Jahren eine sehr hohe Dichte der heimischen Wellness-Infrastruktur. Es eröffnen sich aber auch neue Chancen für dieses touristische Segment: Aus dem Rückbau der Sozialsysteme in Europa resultiert eine teilweise Verlagerung der Gesundheitsvorsorge auf Privatinitiative und bietet damit voraussichtlich ein steigendes Marktpotenzial für Anbieter mit Gesundheitskompetenz. Wie soll sich Österreich also im internationalen Wettbewerb positionieren und neue Marktchancen nützen?

**„Qualitätsbewusstsein in alle Ebenen der Tourismusbranche zu tragen, zählt zu unseren wichtigsten Aufgaben“, ist Dr. Arthur Oberascher, Geschäftsführer der Österreich Werbung (ÖW), überzeugt. „Im Bereich Gesundheitstourismus wird Qualität künftig über das staatlich anerkannte, von unabhängiger Stelle überprüfte und EU-weit approbierte Qualitäts-Gütezeichen von Best Health Austria definiert sein“, erklärt er.**

### **Starke Partner**

Best Health Austria (BHA) - ein Zusammenschluss der bedeutendsten heimischen -Hotelbetriebe, Rehabilitations- und Kurzentren, Kliniken sowie Thermen – ist seit Juni 2005 bevorzugter Partner der Österreich Werbung. „Best Health Austria-Betriebe sind die Avant Garde im Gesundheitstourismus. Diese Marke mit internationalem Potential und einem klaren Qualitätsversprechen ist für uns ein idealer Kooperationspartner,“ so Oberascher

BHA setzt vor allem bei der Dienstleistungsqualität der Betriebe sowie der fachlichen und sozialen Kompetenz der Mitarbeiter an. Durch die Qualitätssicherung und -beratung von BHA erhält ein Betrieb professionelle Unterstützung in allen Bereichen des betrieblichen Managements.

Das nationale Qualitätssicherungsprogramm verschafft den Mitgliedern handfeste Wettbewerbsvorteile und bietet den Gästen der BHA-Betriebe ganz klare Orientierung: Dank staatlicher Anerkennung auf Basis des Austria-Gütezeichens und damit EU-weiter Gültigkeit, frei nach dem Motto: Wo in Österreich Wellness und Gesundheit draufsteht, da soll es auch garantiert qualitativ und für den Gast nachvollziehbar „drin sein“.

In 32 Betrieben wurden die strengen Kriterien von akkreditierten und unabhängigen FachprüferInnen bereits angewandt und die Checks zur Zertifizierung durchgeführt, 25 weitere Betriebe befinden sich im Zertifizierungsprozess. Über 40 weitere Interessenten werden beraten und über die Qualifizierungsrichtlinien informiert.

### **Internationalisierung der Gästestruktur**

Das Gros der österreichischen Gesundheits- und Wellnessfans kommt aus Deutschland und Österreich. Der prozentuelle Anteil dieser Herkunftsmärkte verringerte sich in den letzten Jahren zugunsten von Gästen aus den Niederlanden, Italien, Großbritannien, Frankreich, Belgien und den USA. Internationales Marketing wird daher immer wichtiger, Betriebe sind nur dann erfolgreich, wenn sie sich international positionieren und neue Gästesichten ansprechen. Das erklärte Ziel der Zusammenarbeit von BHA und ÖW lautet daher: Die Verankerung Österreichs als unverwechselbare Marke u.a. in den Märkten Deutschland, Großbritannien, Indien, arabischer Raum, Skandinavien und Italien. Zunächst werden ÖW und BHA intensiv die Bedürfnisse der Gesundheitsgäste in den angepeilten Zielmärkten durchleuchten, um mit marktgerechten Produkten punkten zu können.

**Weitere Informationen:** Best Health Austria  
Mag. Gudrun Memmer-Ehrlich  
04272/3620-50  
[www.besthealthaustria.com](http://www.besthealthaustria.com)