

HERZ DER ALPEN



TRENDRADAR WELLNESS

TOP 5 Wellness-Trends

LEBENSRAUM TIROL GRUPPE

Bildquelle: Tirol Werbung / Haindl Ramon

Trendradar Wellness

Ziel & Zweck

Dieses Dokument fasst die Ergebnisse des Trendradars Wellness zusammen und beleuchtet die **TOP 5 Wellness-Trends, die in den nächsten fünf Jahren** für die Tiroler Wellness-Branche besonders relevant sind.

In einem mehrstufigen Prozess bewerteten 35 Expert:innen aus der deutschsprachigen Wellness-Branche eine Vorauswahl von 35 Trends, die aus über 300 Mega- und Makrotrends hervorgingen.

Die Auswertung des Trendradars wird dabei durch eine Literaturrecherche zu den Trends und Ergebnissen der Themenstudie Wellness 2025 ergänzt. Dadurch werden aktuelle wissenschaftliche Perspektiven und Markterfordernisse aus mehreren Blickwinkeln in die Betrachtung einbezogen.

Das vorliegende Dokument dient als Zusammenfassung aller Ergebnisse und unterstützt dabei, den Wunsch nach **Langlebigkeit** (Longevity) **als wachsendes Motiv** in einer alternden Gesellschaft einzuordnen, legt den Fokus auf besonders **relevante Trendthemen für Tirols Wellness-Branche** und zeigt Entwicklungspotenziale auf.

Initiiert von der Lebensraum Tirol Gruppe wurde das Trendradar Wellness 2025 im Rahmen des Programms „Gesundes Tirol“ umgesetzt und beinhaltet in weiteren Formaten Innovationsimpulse für die Branche.

INHALTSVERZEICHNIS

- Wellness-Trends: im Zeichen von Longevity
- TOP 5 Trends: Chancen für Tirol
- Anhang: Info zum Trendradar Wellness & zur Themenstudie Wellness (DE)

A person with curly hair is seen from behind, looking out over a vast mountain range. The mountains are covered in snow and surrounded by dense green forests. The person is wearing a light-colored hoodie. The text "TOP 5 WELLNESS-TRENDS IM ZEICHEN VON LONGEVITY" is overlaid on the image in white, bold, sans-serif font.

TOP 5 WELLNESS-TRENDS IM ZEICHEN VON LONGEVITY

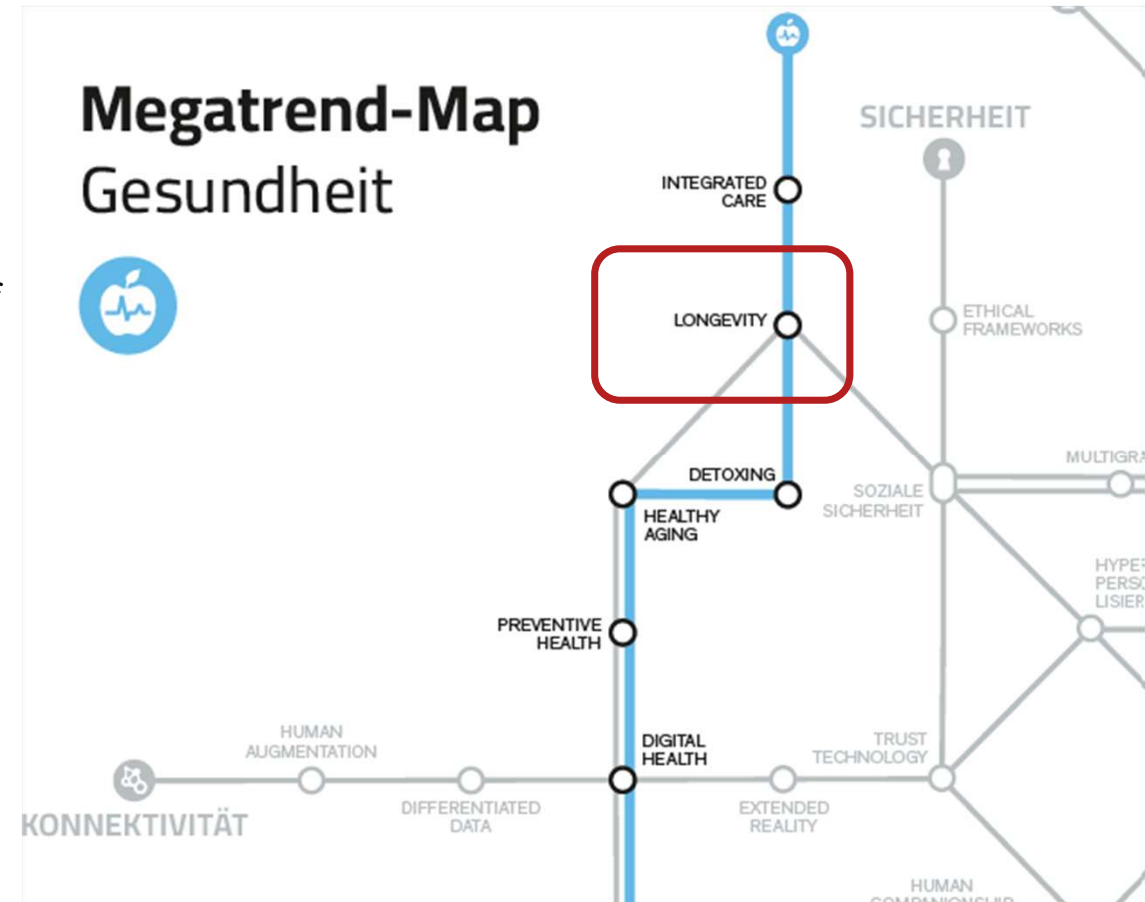
Bildquelle: Tirol Werbung / Haindl Ramon

LONGEVITY ODER LANGLEBIGKEIT
BESCHREIBT DAS ZIEL, MÖGLICHST
VIELE JAHRE **GESUND, AKTIV** UND
SELBSTBESTIMMT ZU LEBEN. IM
MITTELPUNKT STEHT DIE GESUNDE
LEBENSZEIT UND **HOHE**
LEBENSQUALITÄT.

Megatrend Gesundheit

Einordnung Longevity

- Genereller Paradigmenwechsel hin zur **Prävention**
- Wachstum der **Gesundheitsausgaben** in Deutschland **für Prävention** von **3,6 %** (2019) auf **7,9 %** (2022)
- **Makrotrend** (langfristige, tiefgreifende Entwicklung für Gesellschaft und Wirtschaft) im Megatrend Gesundheit
- **Wesentliche Treiber** sind der **medizinische Fortschritt** (steigende Lebenserwartung) und **technische Entwicklungen** (wachsender Handlungsspielraum) für individuellen Strategien zur Verlangsamung der Alterungsprozesse



Quellen:

Zukunftsinstitut, Megatrend-Dokumentation Gesundheit, 2025

Bildquelle: Zukunftsinstitut, Megatrend-Dokumentation Gesundheit 2025

Wachsender Wellness-Markt

Zwischen Silver Agern & Gen Z

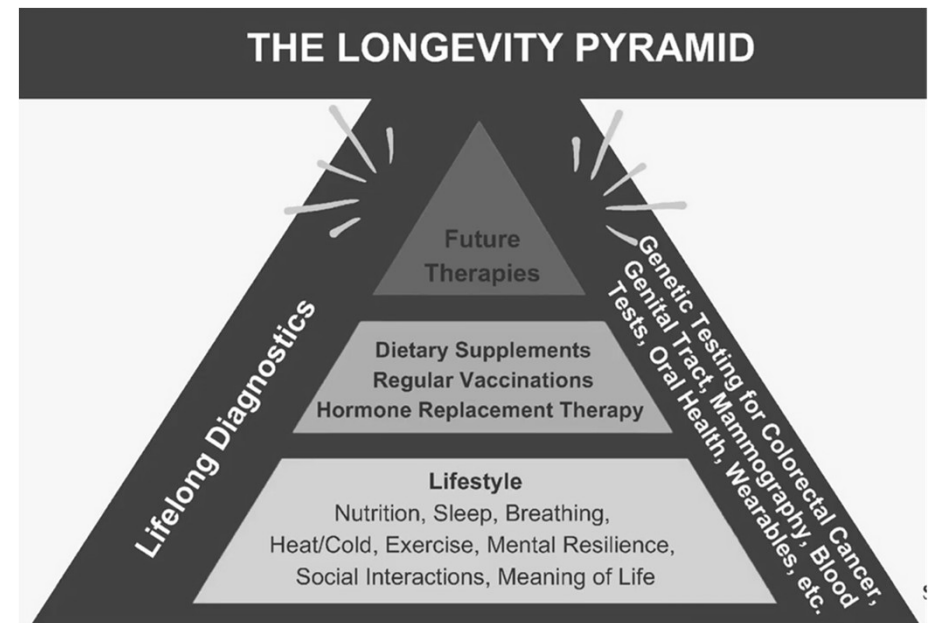
- **Steigende Ausgabenbereitschaft** bei den Wellness-Leistungen weltweit; in Deutschland wollen 20 % mehr für Wellness ausgeben
- Trend bei Millennials und Gen Z noch stärker
 - Gerade die jüngeren Generationen (Millennials & Gen Z) legen zunehmend Wert auf Wohlbefinden, begründet durch höhere Burn-out-Raten und schlechtere Gesundheit, aber auch höhere Sichtbarkeit von Gesundheitsthemen in Sozialen Netzwerken
 - Jüngere Generationen sind auf der Suche nach („back-to-basic“) Einstiegskonzepten für Langlebigkeit und langfristigen Konzepten, die gesunde Gewohnheiten stärken
- Dem gegenüber stehen „Super-aged“-Gesellschaften (z. B. Deutschland mit > 50 Millionen Menschen 65+ Jahre) mit hohem Bedarf nach Lösungen, die Herausforderungen des Alterns mindern und einen aktiven, autarken Lebensstil unterstützen

Quellen:
www.euromonitor.com, 2025
www.mckinsey.com, 2025 + 2024

Longevity Pyramid

Handlungsspielräume

- Genetik, Lebensstil, Umwelt und Prävention sind zentrale Faktoren, um Lebensqualität im Alter zu erhalten
- Ansatz basiert auf **wissenschaftlichen Erkenntnissen** und ist **individuell** auf jeden Menschen **abgestimmt**
- Longevity ist **altersunabhängiger Trend**, allerdings sind **Prioritäten** je nach Lebensphase **unterschiedlich**
- **Bandbreite** von ‚back-to-basic‘ Einstiegskonzepten bis hin zu medizinischen Therapien ist **groß**
- Größte Anschlussfähigkeit für den Tourismus im Lifestyle-Bereich



Bildquelle: Nina Ruge, ITB Kongress, 2026

Quellen:
www.deutsche-longevity-gesellschaft.de, 2026
www.longevity-travel.de, 2026
www.euromonitor.com, 2025

Longevity

Beispielangebote am DACH-Markt

Beispielangebote Tirol

[keine vollständige Auflistung]

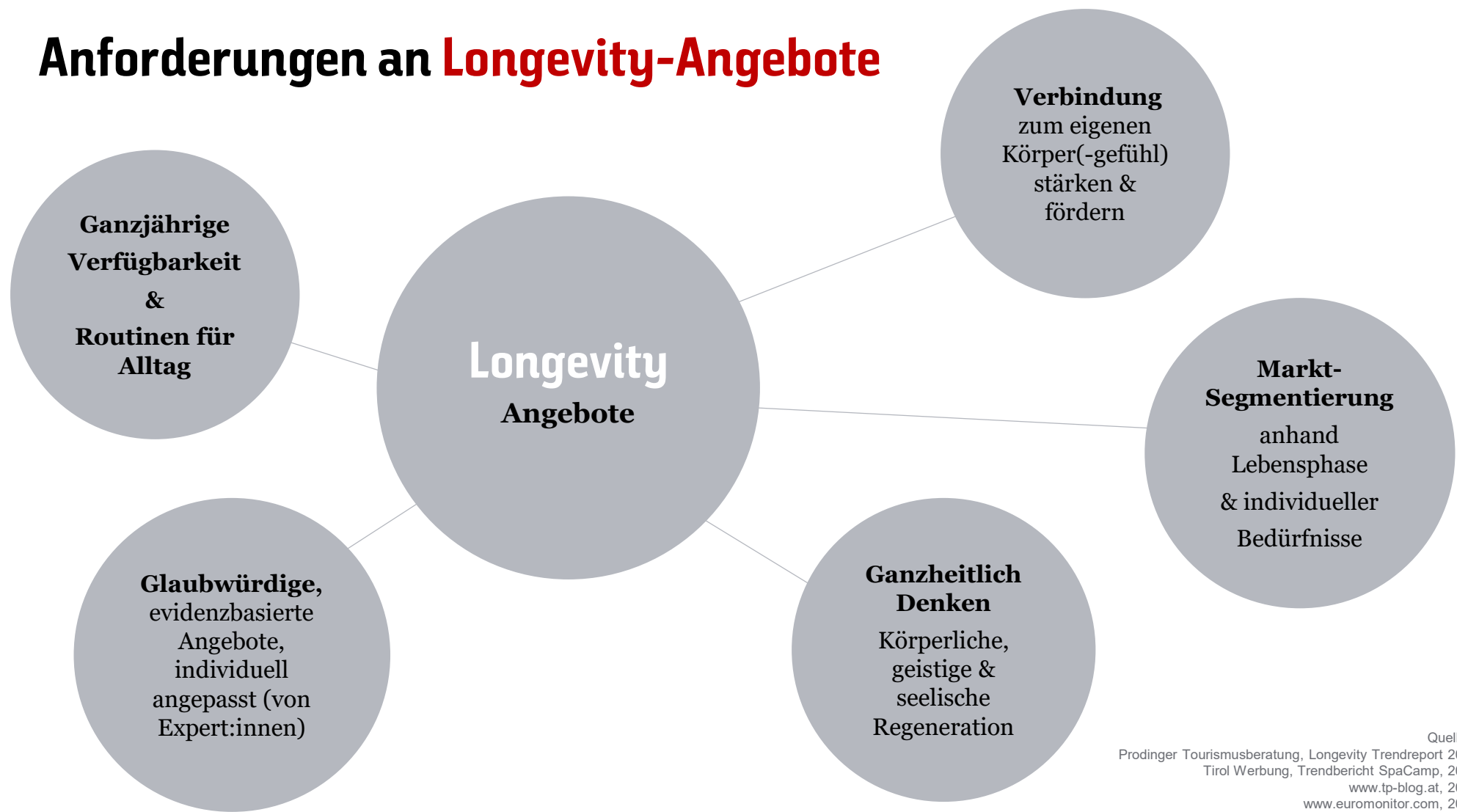
- Lanserhof
- Park Igls, Medical Spa Resort
- Alpenresort Schwarz
- Ayuveda Resort Sonnhof Tirol
- Alpin Resort Sacher
- Posthotel Achenkirch
- MountMed Resort

Weitere Beispielangebote DACH

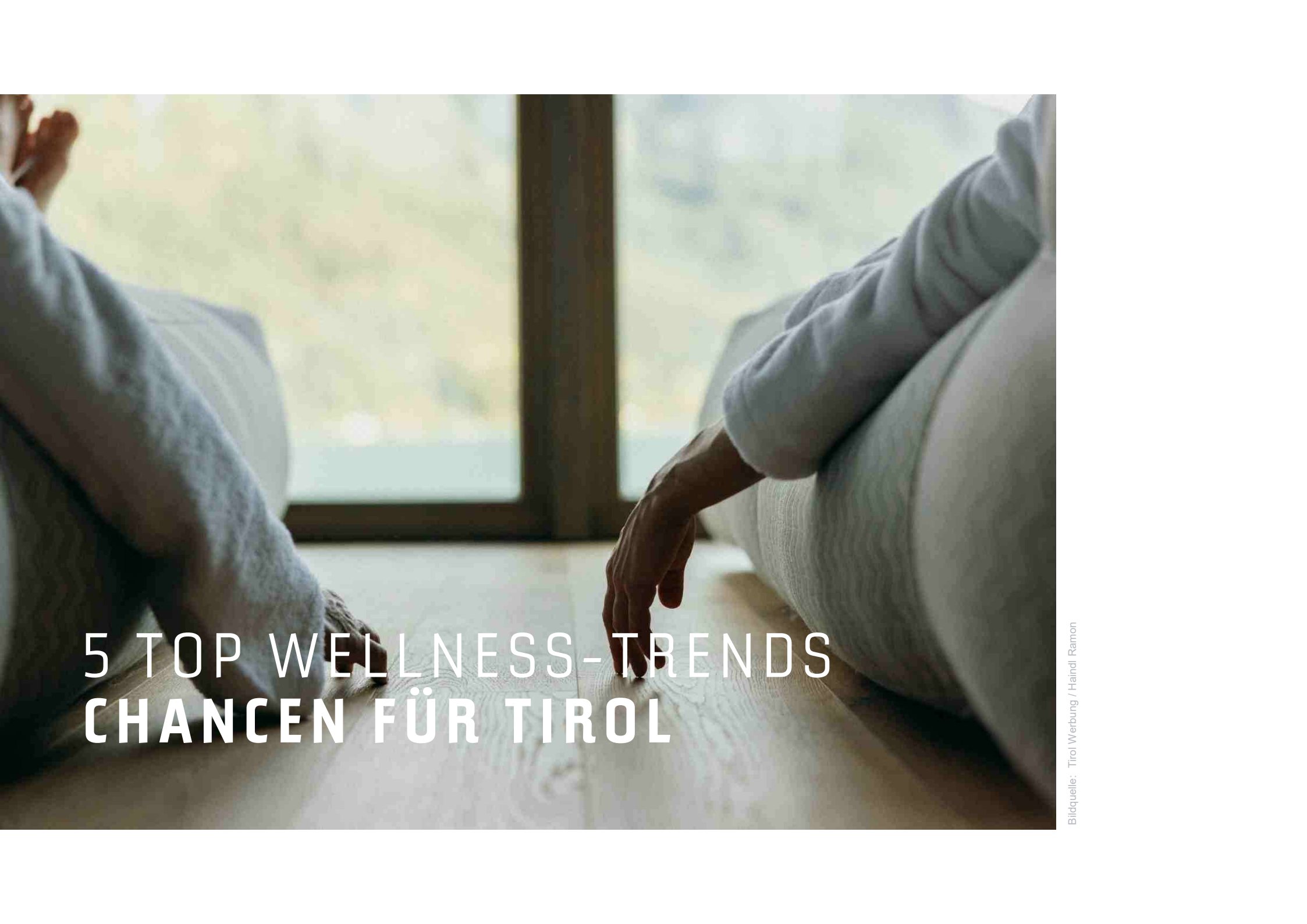
[keine vollständige Auflistung]

- Hotel Krallerhof (Leogang)
- Hotel Post (Bezau)
- Villa Eden – The Private Retreat (Meran)
- Preidlhof Luxury DolceVita Resort (Naturns)
- Lanserhof Tegernsee (Waakirchen)
- Wellnesshotel Reischlhof (Bayerischer Wald)

Anforderungen an **Longevity-Angebote**



Quellen:
Prodingler Tourismusberatung, Longevity Trendreport 2025
Tirol Werbung, Trendbericht SpaCamp, 2025
www.tp-blog.at, 2025
www.euromonitor.com, 2025



5 TOP WELLNESS-TRENDS CHANCEN FÜR TIROL

Bildquelle: Tirol Werbung / Haindl Ramon

Die TOP 5 Wellness-Trends für Tirol in den kommenden 5 Jahren



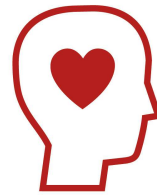
Wachsende Naturnähe

Der Trend zur wachsenden Natur-nähe zeigt ein zunehmendes Bedürfnis, dem hektischen (urban geprägten) Alltag zu entfliehen und **Erholung in der Natur** zu finden.



Gesunder Genuss

Gesunder Genuss verbindet bewusstes, ausgewogenes Essen mit der Freude am kulinarischen Erleben. **Genuss & Kulinarik** sollen **im Einklang der Gesundheit** und einem achtsamen Lebensstil passieren.



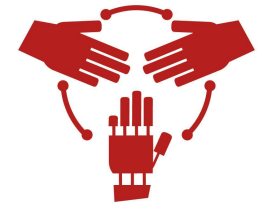
Mentale Erholung

Das Bewusstsein für mentale Erholung wächst rasant. In einer zunehmend digitalen und reizüberfluteten Welt suchen immer mehr Menschen nach Möglichkeiten, **zur inneren Balance** zurückzufinden.



Schlafqualität

Der Trend zur Schlafqualität verbindet **Wissenschaft, Technologie** und individuelle Bedürfnisse, um das **Wohlbefinden** und die **körperliche Leistungsfähigkeit** zu steigern.



Menschliche Verbindungen
(neu gedacht)

Der Trend betont, wann Technologie sinnvoll unterstützt und wann persönlicher Kontakt unverzichtbar ist. Dabei geht es um die **Balance** zwischen **digitaler Innovation und menschlicher Präsenz**.

Wachsende Naturnähe

Megatrend Medizin & Gesundheit

Der Trend zur wachsenden Naturnähe zeigt ein zunehmendes Bedürfnis, dem hektischen (urban geprägten) Alltag zu entfliehen und Erholung in der Natur zu finden. Ob im Alltag oder im Urlaub – die Bewegung und das Erleben in natürlichen Umgebungen stärken körperliches und mentales Wohlbefinden und bieten eine willkommene Pause von digitalen und urbanen Einflüssen. Spezielle Angebote und Aktivitäten unterstützen diesen Ansatz zusätzlich, indem sie gezielt Entspannung und ein tiefes Naturerlebnis schaffen. Gleichzeitig wächst das Bewusstsein für nachhaltige Lebensstile und eine verantwortungsvolle Verbindung zur Umwelt.



Bildquelle: Tirol Werbung / Haindl Ramon

Wachsende Naturnähe

Bewertung & Wortbeiträge der Teilnehmenden



Wachsende Naturnähe

Quantitative Bewertung der Trendradar-Teilnehmenden

- Der Trend weist unter allen abgefragten Trends den höchsten Einfluss auf den Gast im Kontext einer Wellnessleistung in den nächsten 5 Jahren auf.
- Der Trend ist bereits ein Begriff und sowohl im DACH-Raum als auch in Tirol weit verbreitet (hoher Reifegrad).
- Tiroler Betrieben wird eine sehr hohe Kompetenz zugeschrieben, auf diesen Trend in den nächsten 5 Jahren tatsächlich reagieren zu können.

Wortbeiträge der Trendradar-Teilnehmenden

- „Das größte **Potenzial liegt in der Natur**. Die Verbindung von Natur und schroffem Berg kann man **nicht nachbauen**.“
- „Es geht um den **Ausbau von Naturerlebnissen**. Die Natur ins Haus holen – 365 Tage im Jahr – auch anhand von Materialien.“
- „Die wachsende Naturnähe hat auch mit der Vermittlung von Kulturlandschaft und Kreislaufwirtschaft zu tun. **Alles hängt zusammen**, weil Naturnähe hat was mit einem **aktiven Lebensstil** und **gesunder Ernährung** zu tun.“

Anmerkung: Der Trendradar Wellness 2025 ließ 35 Trends aus dem Gesundheits- & Wellnessbereich auf ihre Einflussstärke, Reifegrad (DACH & Tirol) sowie Kompetenz bewerten. Bewertet und diskutiert wurde von Expert:innen aus der Branche.

Quelle: Lebensraum Tirol, Trendradar Wellness 2025

Daten, Zahlen & Treiber **zum Trend**

Die Kombination aus körperlicher Aktivität und Naturerleben wirkt synergetisch auf die **physische und psychische Gesundheit** des Menschen, d. h. die gesundheitsfördernden Effekte der Bewegung verstärken sich durch ihre Ausübung in freier Natur.

Eine **wertvolle Datengrundlage** zu **natürlichen alpinen Heilressourcen** und deren Potenzialen für evidenzbasierte gesundheitstouristische Angebote liefert das Interreg Alpine Space Programm Healps².

Entspannung in ruhiger Umgebung in der Natur ist für 74 % ein **wichtiges Motiv** für alpen-affine Wellness-Urlauber:innen.

Natur und Ruhe der Umgebung (79 %), **reine und frische Luft** (79 %) sowie Lage der Unterkunft (76 %) sind die **wichtigsten Kriterien** bei der Wahl der Wellnessdestination.

Tirols **Wellnesskompetenz** wird als **naturnah, aktiv und gesundheitsorientiert** wahrgenommen.



Wachsende Naturnähe

Quellen:
www.alpenallianz.org, 2022
Paracelsus Medizinische Privatuniversität, Wellness wirkt 2020
Tirol Werbung, Themenstudie Wellness Deutschland 2025

Welche Chancen bietet der Trend?

Der Trend der **wachsenden Naturnähe** trifft ein zentrales Bedürfnis alpen-affiner Wellness-Urlauber:innen und eröffnet zugleich ein starkes Profilierungspotenzial: Die alpine Natur und ihre Ressourcen sind ein authentisches, nicht imitierbares Alleinstellungsmerkmal – insbesondere dann, wenn Natur nicht nur die Kulisse bleibt, sondern zum integralen Bestandteil der Leistung wird. Eine besondere Chance liegt im konsequenten Zusammenspiel aus dem Destinationsangebot und der „Natur im Haus“:

- Das Destinationsangebot als **energiegelbender Bewegungs- und Erholungsraum**: Die alpine Landschaft wird als aktiv nutzbarer Raum verstanden – für Bewegung, Regeneration und mentale Erholung.
- Die „Natur im Haus“ als **saisonunabhängiges Naturerlebnis**: Materialien, Architektur und Interior Design, Anwendungen, Licht, natürliche Produkte und unverarbeitete Lebensmittel übertragen Naturqualität ins Hotel und machen sie ganzjährig erlebbar. Das Bedürfnis nach „Ruhe & Erholung“ lässt sich besonders in den Zwischensaisons glaubwürdig adressieren.

Aktuelle Kompetenzen & Entwicklungspotenziale

Zahlreiche Hotels verfügen bereits über Angebotsmerkmale, die den Trend zur wachsenden Naturnähe unmittelbar bedienen – etwa eine naturnahe Lage, Naturbadeteiche, naturverbundene Treatments oder eine regionale (Bio-)Küche. **Nachhaltigkeitsauszeichnungen** können dabei als **Vertrauensanker und Qualitätsnachweis** für naturbewusstes Handeln dienen und – je nach Zielgruppe – auch die Zahlungsbereitschaft erhöhen. In Tirol setzen aktuell 45 zertifizierte Wellness-Hotels auf ein nachhaltiges Konzept.

Auf der Suche nach **Entwicklungsmöglichkeiten** empfiehlt sich ein Blick auf die **regionalen Gegebenheiten und Ressourcen** (z. B. Wasser, Licht, Höhenlage, Produzent:innen ...). Da naturnahe Wellness-Angebote am Markt bereits etabliert sind, schaffen **Signature-Elemente** eine klare **Differenzierung**, indem sie regionale Besonderheiten hervorheben (z. B. Indien & Ayurveda). Im Zeichen von Longevity spielt die Glaubwürdigkeit neuer Angebote eine zentrale Rolle. Sie entsteht durch eine evidenzbasierte Wirksamkeit und nachhaltige, in den Alltag übertragbare Effekte; beides stärkt auch das Vertrauen, erhöht die Zufriedenheit und fördert langfristig die Kundenbindung.

Wachsende Naturnähe

Angebotsmerkmale & Angebote am DACH-Markt



Wachsende Naturnähe

Angebotsmerkmale

- Naturnahe, ruhige Lage
- Natur(bade)teiche
- Panoramabereiche
- Naturverbundene Behandlungen
- Verwendung von natürlichen Ölen & Beauty-Produkte im Spa-Bereich
- Natürliche (Bio)-Küche
- Naturnahe Aktivitäten
- Kneipp-Anwendungen
- Natürliches Design & Ausstattung
- Nachhaltiges Konzept/Auszeichnung

Beispielangebote DACH-Markt

[keine vollständige Auflistung]

- Mali's Garten, Green Spa Hotel (Tirol)
- Naturhotel Waldklause (Tirol)
- Bio-Hotel Grafenast (Tirol)
- Der Engel (Tirol)
- Gradonna Mountain Resort (Tirol)
- Naturhotel Cesa Valisa (Vorarlberg)
- Cabinski (Vorarlberg)
- Naturhotel Forsthofgut (Salzburg)
- OLM Natur.Escap (Südtirol)

Gesunder Genuss

Trendbeschreibung

Gesunder Genuss verbindet bewusstes, ausgewogenes Essen mit der Freude am kulinarischen Erleben. Genuss soll dabei nicht auf Kosten der Gesundheit gehen, sondern im Einklang mit einem achtsamen Lebensstil stehen. Der Fokus liegt auf hochwertigen, natürlichen Lebensmitteln, die sowohl geschmacklich als auch ernährungsphysiologisch überzeugen. Dabei wird der Genuss bewusster zelebriert und rückt gemeinsam mit dem Wunsch nach körperlichem Wohlbefinden und Nachhaltigkeit ins Zentrum. Dieser Trend zeigt, dass Gesundheit und Genuss keine Gegensätze sind, sondern sich gegenseitig ergänzen. Die Kombination aus wohltuenden Nährstoffen, achtsamem Konsum und hoher Qualität schafft nicht nur ein unverwechselbares Geschmackserlebnis, sondern verbessert auch die Lebensqualität. Gesunder Genuss steht für eine Ernährungsweise, die Körper, Geist und Sinne gleichermaßen anspricht.

Quelle: Tirol Werbung, Trend & Zukunftsforschung 2025



Bildquelle: Tirol Werbung / Heinzlmeier Bernd

Gesunder Genuss

Bewertung & Wortbeiträge der Teilnehmenden



Gesunder Genuss

Quantitative Bewertung der Trendradar-Teilnehmenden

- Der Trend weist unter allen abgefragten Trends einen hohen Einfluss auf den Gast im Kontext einer Wellnessleistung in den nächsten 5 Jahren auf.
- Der Trend ist bereits ein Begriff und sowohl im DACH-Raum als auch in Tirol weit verbreitet (hoher Reifegrad).
- Tiroler Betrieben wird eine sehr hohe Kompetenz zugeschrieben, auf diesen Trend in den nächsten 5 Jahren tatsächlich reagieren zu können.

Wortbeiträge der Trendradar-Teilnehmenden

- *Da kommt etwas zu auf die Hotellerie. **Ernährungsberatung wird wichtiger** und da werden Wellnesshotels Treiber sein.*
- *„Hier gibt es ein **riesiges Potenzial**: gesunde Küche!“*
- *„Vegan, vegetarisch, gesund – je nach Gast sind die **Bedürfnisse unterschiedlich**. Manche wollen nicht zu schwer essen, andere dürfen aus gesundheitlichen Gründen nicht.“*
- *„Ich glaube, dass wir eine **Offenheit in der Küche** brauchen. Ich bin überzeugt, dass wir in Wellnessbetrieben von **ganzheitlicher Wellness** reden.“*

Anmerkung: Der Trendradar Wellness 2025 ließ 35 Trends aus dem Gesundheits- & Wellnessbereich auf ihre Einflussstärke, Reifegrad (DACH & Tirol) sowie Kompetenz bewerten. Bewertet und diskutiert wurde von Expert:innen aus der Branche.

Quelle: Lebensraum Tirol, Trendradar Wellness 2025

Daten, Zahlen & Treiber zum Trend

Wissenschaftlicher Rückenwind durch Erkenntnisse zur Darmgesundheit und der Verbindung aus Epigenetik & Ernährung. Diese erhöhen die Relevanz und Glaubwürdigkeit von personalisierten Ernährungsansätzen.

Ernährungsentscheidungen folgen zunehmend dem Ziel, Wohlbefinden und Leistungsfähigkeit aktiv zu verbessern.

Gesunde Ernährung zählt in Deutschland zu den Top-3 wirksam eingeschätzten Maßnahmen der Gesundheitsvorsorge.

34 % der Deutschen erfüllen die Anforderungen an gesunde Ernährung; Frauen (37 %) und Personen mit abgeschl. Studium (57 %) verzeichnen bessere Werte.

Erwartung von alpen-affinen Wellnessgästen

- 81 % erwarten regionale & frisch zubereitete Speisen
- 72 % erwarten vielseitige & gesunde Auswahl
- 46 % nutzen bereits Angebote zur gesunden Ernährung; für 42 % sind sie künftig relevant

Quellen:
www.euromonitor.com, 2025
www.zukunftsinstitut.de, 2023
www.nutrition-hub.de, 2025
www.dkv.com, 2025

Tirol Werbung, Themenstudie Wellness Deutschland 2025

Welche Chancen bietet der Trend?

Der Trend **Gesunder Genuss** verbindet hochwertige Kulinarik mit gesundheitsorientierter Ernährung und macht Essen vom Begleitangebot zum zentralen Bestandteil ganzheitlicher Wellnessangebote. Die **Chance resultiert im Zusammenspiel von Genuss, Regionalität und evidenzbasierten Ernährungskonzepten** – ohne Verzichtslogik, mit **breiter Anschlussfähigkeit** von der Genießer:in bis zur gesundheitsorientierten Zielgruppe.

Vor allem **personalisierte Ernährung** – vorangetrieben durch KI-Tools – gewinnt an Bedeutung. Es entstehen neue Möglichkeiten, die Zielgruppen klarer und relevanter anzusprechen, etwa mit spezifischen Ernährungsangeboten für Lebensphasen und Anliegen wie z. B. Ernährung in der Menopause, uvm.

Aktuelle Kompetenzen & Entwicklungspotenziale

Ein wesentliches Fundament ist bereits vorhanden: Tirols Wellness-Hotellerie bietet überwiegend eine hochwertige, teils ausgezeichnete Küche und inszeniert regionale sowie saisonale Lebensmittel. Für die kommenden fünf Jahre sehen die Trendradar-Expert:innen vor allem dort Entwicklungsbedarf, wo Kulinarik über „gute Küche“ hinausgeht und als **gesundheitlich wirksamer Bestandteil des Wellnesskonzepts** gedacht wird.

Es braucht Bewusstsein in den Küchen, ausreichend Kapazitäten und vor allem qualifizierte Fachkräfte, um stärker auf individuelle Bedürfnisse eingehen zu können (z. B. Unverträglichkeiten, spezifische Diäten, personalisierte Gesundheitsziele). Genau hier entscheidet sich, ob „**Gesunder Genuss**“ als **echtes Differenzierungsmerkmal** wirkt oder als Marketingversprechen verpufft. Hinsichtlich der Qualifizierung von Fachkräften, die für die Entwicklung und Umsetzung glaubwürdiger Angebote im Bereich der gesunden Ernährung unerlässlich ist, verfügt Tirol über ein fundiertes Schulungsangebot – etwa über das WIFI, die FH-Gesundheit und diverse private Bildungsanbieter.

Quellen:
www.nutrition-hub.de, 2025
Lebensraum Tirol, Trendradar Wellness 2025

Gesunder Genuss

Angebotsmerkmale & Angebote am DACH-Markt



Gesunder Genuss

Angebotsmerkmale

- Gesunde & kreative (Gourmet-)Küche
- Verwendung regionaler & saisonaler Lebensmittel
- nachhaltiger Umgang mit Nahrungsmitteln
- Bewusstsein für gesunde Ernährung
- Auswahl an veganen/vegetarischen Gerichten und alkoholfreien Drinks
- Fasten/Detox-Retreats
- Umgang mit Nahrungsunverträglichkeiten
- Gestaltung/Flexibilität der Essenszeiten
- Angebot an Kochkursen (Slow Food, Genuss-Sensorik)

Beispielangebote DACH-Markt

[keine vollständige Auflistung]

- Holzleiten Bio Wellness Hotel (Tirol)
- Park Igls (Tirol)
- MountMed Resort (Tirol)
- Alpenresort Schwarz (Tirol)
- Das Kronthaler (Tirol)
- Tannerhof Naturhotel (Bayern)
- Rosenalp (Bayern)
- Engel Ayurpura (Südtirol)

Mentale Erholung

Megatrend Medizin & Gesundheit

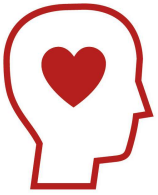
Das Bewusstsein für mentale Erholung wächst rasant. In einer zunehmend digitalen und reizüberfluteten Welt suchen immer mehr Menschen nach Möglichkeiten, zur inneren Balance zurückzufinden. Praktiken wie Achtsamkeit, Digital Detox und Meditation rücken dabei in den Vordergrund und bieten Wege, sowohl den Alltag als auch den Urlaub gelassener zu gestalten. Auch Unternehmen, Erlebnisanbieter, Unterkünfte oder Bildungseinrichtungen legen verstärkt Wert darauf, Räume und Angebote für mentale Erholung zu schaffen – als Antwort auf eine wachsende Sehnsucht nach einem bewussten, stressresilienten Lebensstil.



Bildquelle: Tirol Werbung / Haindl Ramon

Mentale Erholung

Bewertung & Wortbeiträge der Teilnehmenden



Mentale Erholung

Quantitative Bewertung der Trendradar-Teilnehmenden

- Der Trend weist unter allen abgefragten Trends einen starken Einfluss auf den Gast im Kontext einer Wellnessleistung in den nächsten 5 Jahren auf.
- Der Trend wird sowohl im DACH-Raum als auch in Tirol durch erste Anwendungen umgesetzt.
- Tiroler Betrieben wird eine hohe Kompetenz zugeschrieben, auf diesen Trend in den nächsten 5 Jahren tatsächlich reagieren zu können.

Wortbeiträge der Trendradar-Teilnehmenden

- „Das ist ein großer Trend, der viel Spielraum bietet. Ich sehe viel **Handlungsbedarf** und **viele Chancen**.“
- „Wir brauchen das Angebot, **damit der Gast sich Inspiration holen kann** oder mal reinschnuppern kann. Aber nicht mit einem Heilungsversprechen.“
- Wenn es Atemschulungen gibt, Meditationen, dann zieht das jene an, die wissen, dass so etwas wichtig ist. **Retreats und Selfcare** zielen auf das ab.

Anmerkung: Der Trendradar Wellness 2025 ließ 35 Trends aus dem Gesundheits- & Wellnessbereich auf ihre Einflussstärke, Reifegrad (DACH & Tirol) sowie Kompetenz bewerten. Bewertet und diskutiert wurde von Expert:innen aus der Branche.

Quelle: Lebensraum Tirol, Trendradar Wellness 2025

Daten, Zahlen & Treiber zum Trend



Mentale Erholung

Die **Stressbelastung stellt ein wachsendes Problem** in Deutschland dar: Viele Menschen wünschen sich Entschleunigung, finden jedoch nur schwer den richtigen Ansatz. Im Altersvergleich schneiden jüngere Personen schlechter ab. [DKV-Report 2025]

Die **Themenstudie Wellness** identifiziert einen **Wellness-Typ** mit starkem Motiv für **seelisches Wohlbefinden** und **innere Balance/Meditation**. Natur spielt für die Zielgruppe dabei ebenfalls eine wichtige Rolle.

Stressmanagement als glaubwürdiges Präventionsthema: Entspannung, Achtsamkeit und **Stressreduktion** sind evidenzbasierte Schutzfaktoren für einen gesunden Lebensstil, der **Resilienz fördert**.

Die wichtigsten Motive für Wellness sind **Entspannung** in ruhiger Umgebung in der Natur, **bewusster Luxus und Auszeit** sowie das **Entfliehen vom Alltagsstress**.

Quellen:
www.dkv.com, 2025
Vortrag von Anna Buchheim, Innovationstag 2026
Tirol Werbung, Themenstudie Wellness Deutschland 2025

Welche Chancen bietet der Trend?

Der Bedarf an wirksamen Stressmanagement-Angeboten, praktischen Tools und alltagstauglicher Regeneration wächst spürbar. Gleichzeitig nimmt – auch durch die zunehmende wissenschaftliche Auseinandersetzung – das Bewusstsein dafür zu, dass **mentale Erholung** nicht nur der kurzfristigen Entlastung dient, sondern die Leistungsfähigkeit nachhaltig optimiert und eine zentrale Grundlage für ein sinnerfülltes Leben sein kann.

Für Tiroler Wellnessbetriebe liegt darin die Möglichkeit, Gästen niederschwellige Orientierung zu geben und ein „**Reinschnuppern**“ in **mentale Regenerationsmethoden** zu ermöglichen – jedoch mit einer **klaren Abgrenzung zur medizinischen oder psychotherapeutischen Behandlung**. Genau diese Positionierung schafft Vertrauen: Wellness als präventive, stärkende und stabilisierende Ergänzung, nicht als Therapieersatz.

Zudem eröffnet der Trend Potenzial zur **Erweiterung der Zielgruppen**, etwa hin zu jüngeren, stärker belasteten Gästen (z. B. Familien, beruflich stark beanspruchte Personen). Gleichzeitig entstehen **neue, aufenthaltsverlängernde** Anlässe wie Workation-Angebote, Retreats oder individuelles Coaching, die klassische Wellnessaufenthalte sinnvoll vertiefen.

Quellen:
Lebensraum Tirol, Trendradar Wellness 2025

Aktuelle Kompetenzen & Entwicklungspotenziale

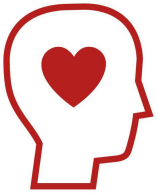
Aktuell ist das Angebot in der Branche häufig auf Yoga fokussiert. In vielen Wellness-Hotels sind die **räumlichen und regionalen Voraussetzungen** bereits vorhanden. Nun geht es darum, diese mit zusätzlichen Inhalten – in Zusammenarbeit mit Fachexpert:innen – zu füllen.

Die teilnehmenden Expert:innen des Trendradars Wellness sehen in diesem Trend ein großes Entwicklungspotenzial und entsprechend **viel Gestaltungsspielraum**. Das Spektrum reicht von nutzenstiftenden – im Idealfall nachhaltig wirksamen – Programmen, die praxistauglichen Alltagsroutinen vermitteln und auch nach dem Urlaub für zu Hause einen echten Mehrwert schaffen können. Entscheidend ist, Kompetenzen in **klar definierten Produktnischen** (z. B. Meditation, Achtsamkeits-Retreats, Selfcare-Programme, Digital Detox) aufzubauen – insbesondere in **Verbindung mit naturbasierten Ansätzen**. So lassen sich Tirols Stärken wie Landschaft, Ruhe, Bewegung in der Natur und saisonale Rhythmen authentisch nutzen und mentale Erholung konkret erlebbar machen.

Gerade bei diesem Trend zeigt sich die hohe Anschlussfähigkeit an andere Entwicklungen. Sinnvoll ist eine ganzheitliche Perspektive, kombiniert mit wenigen, klar definierten Fokusthemen, die man mit voller Kompetenz besetzt.

Mentale Erholung

Angebotsmerkmale & Angebote am DACH-Markt



Mentale Erholung

Angebotsmerkmale

- Yogaräume, Meditationsbereiche und Rückzugsorte (z. B. stille Gärten)
- Behandlungen wie Ayurveda, Massagen oder Klangtherapien
- Achtsamkeits- und Meditationskursen
- Workshops zur persönlichen Entwicklung, Stressbewältigung, Stärkung mentale Gesundheit, Breathwork
- (Digital-)Detox-Angebote
- Geführte Aktivitäten in der Natur (z. B. leichte Wanderungen, Waldbaden etc.)

Beispielangebote DACH-Markt

[keine vollständige Auflistung]

- Alpbacherhof – Mountain & Spa Resort (Tirol)
- Naturhotel aufatmen (Tirol)
- Ayurveda Resort Sonnhof Tirol (Tirol)
- Juffing Hotel & Spa (Tirol)
- Alpenrose Achensee (Tirol)
- Traumhotel Alpina (Tirol)
- Jungbrunn – Der Gutzeitort (Tirol)
- biYou Ecoquartier in den Bergen (Steiermark)
- Hotel Schwarzschnied (Südtirol)

Schlafqualität

Megatrend Medizin & Gesundheit

Schlaf wird zunehmend als zentrale Säule für Wohlbefinden und Erholung anerkannt. Innovative Technologien und personalisierte Ansätze verändern die Art und Weise, wie Menschen ihren Schlaf verstehen und verbessern. Von smarten Matratzen und tragbaren Geräten, die Schlafphasen überwachen, bis hin zu individuellen Routinen und Tipps wie Ernährung oder Atemtechniken vor dem Zubettgehen – der Fokus liegt auf einer holistischen Optimierung des Schlafes. Auch im Urlaub wird Schlaf zu einer bewussten Priorität, mit Angeboten wie Sleep Coaches, beruhigenden Klangwelten und speziell gestalteten Schlafräumen. Der Trend zur Schlafoptimierung verbindet Wissenschaft, Technologie und individuelle Bedürfnisse, um nicht nur erholsamen Schlaf zu fördern, sondern das allgemeine Wohlbefinden und die körperliche Leistungsfähigkeit nachhaltig zu steigern.

Quelle: Tirol Werbung, Trend & Zukunftsforschung 2025



Bildquelle: Tirol Werbung / Hörterer Lisa

Schlafqualität

Warum dieser Trend?



Schlafqualität

Quantitative Bewertung der Trendradar-Teilnehmenden

- Der Trend weist unter allen abgefragten Trends einen starken Einfluss auf den Gast im Kontext einer Wellnessleistung in den nächsten 5 Jahren auf.
- Der Trend wird sowohl im DACH-Raum als auch in Tirol durch erste Anwendungen umgesetzt.
- Tiroler Betrieben wird eine durchschnittliche Kompetenz zugeschrieben, auf diesen Trend in den nächsten 5 Jahren tatsächlich reagieren zu können.

Wortbeiträge der Trendradar-Teilnehmenden

- „Ich will gut schlafen ist ein **riesen Motiv**. Ich schlafe daheim nicht gut wegen der Straßenbahn oder wegen des Stresses, deshalb möchte ich das Ausschlafen im Urlaub genießen.“
- „Coolcation spielt auch immer in die mentale Erholung ein. **Schlafökonomie ist ein Querschnittsthema.**“
- „Genau. Weil wenn ich mich bewegt habe, schlafe ich besser, das spielt neben dem Essen auch rein.“
- „Man muss es **in einen Kontext einbetten**, was ich sonst noch im Haus anbiete.“

Anmerkung: Der Trendradar Wellness 2025 ließ 35 Trends aus dem Gesundheits- & Wellnessbereich auf ihre Einflussstärke, Reifegrad (DACH & Tirol) sowie Kompetenz bewerten. Bewertet und diskutiert wurde von Expert:innen aus der Branche.

Quelle: Lebensraum Tirol, Trendradar Wellness 2025

Daten, Zahlen & Treiber zum Trend



Schlafqualität

Generationenunterschiede in den Wellness-Kategorien und beim Ausgabeverhalten: **Jüngere Generationen kaufen vor allem Produkte** aus den Kategorien **Gesundheitsförderung** (GenZ: 37 %, Millennials 46 %) und **Schlafförderung** (GenZ 35 %, Millennials 40 %).

Prioritäten zugunsten der Schlafqualität:

Die wichtigsten Erwartungen von alpen-affinen Wellness-Urlauber:innen sind ruhige Zimmer, angenehme Atmosphäre, bequemes Bett & hochwertige Ausstattung.

Nur die Hälfte der Verbraucher:innen weltweit ist mit ihrem Schlaf zufrieden. 1/4 der Deutschen ist bereit, Wearables zur Überwachung der Schlafqualität auszuprobieren.

Bei der Abfrage der Wellnesstrends haben Angebote und Leistungen zur Schlafökonomie die **höchste Bewertung** in Bezug auf eine **zukünftige Relevanz**.

Quellen:
www.mckindsey.com, 2025
www.mintel.com, 2025

Tirol Werbung, Themenstudie Wellness Deutschland 2025

Welche Chancen bietet der Trend?

Der Trend **Schlafqualität** wurde ausgewählt, weil er im Kontext von Wellnessleistungen als besonders einflussstark bewertet wird, aktuell jedoch wenige Angebote sichtbar sind. Daraus ergibt sich die Chance, mit einem passgenauen Angebot den wachsenden Bedarf nach erholsamem Schlaf – vor allem bei **jüngeren Generationen** – gezielt zu bedienen und sich in einem noch überschaubaren Wettbewerbsumfeld klar zu positionieren.

Die Bedeutung und das Motiv „gut schlafen“ sollten lt. Trendradar-Teilnehmenden auch im Hinblick auf die **Kundenbindung** nicht unterschätzt werden. Erwartungen an eine Wellness-Unterkunft – etwa ein ruhiges Zimmer und ein bequemes Bett – sind zugleich zentrale Voraussetzungen für erholsamen Schlaf und damit entscheidende Hebel für Zufriedenheit, Wiederkehr und Weiterempfehlung.

Quellen:
Lebensraum Tirol, Trendradar Wellness 2025

Aktuelle Kompetenzen & Entwicklungspotenziale

Die Möglichkeiten der Angebotsentwicklung sind dabei vielfältig (siehe die Beispiele Angebotsmerkmale auf Folie 34). Zentral ist jedoch in jedem Fall der **gezielte Aufbau von Kompetenzen**, etwa durch die Einbindung von Schlaf-Expert:innen oder die Ausbildung von Mitarbeitenden zu Schlaf-Coaches.

Entscheidend ist zudem, ein **holistisches Verständnis** zu entwickeln und das Zusammenspiel von Bewegung, Ernährung, unterstützenden Routinen sowie das **Potenzial digitaler Lösungen** mitzudenken. Empfohlen werden Angebote, die zur Philosophie des jeweiligen Hauses und als sinnvolle **Ergänzung zum bestehenden Angebot** konzipiert sind. Gerade in Verbindung mit dem Thema Longevity wird der Schlafqualität in Zukunft eine hohe Relevanz zugeschrieben, zumal die Effekte niederschwelliger Maßnahmen wissenschaftlich belegt sind.

Quellen:
Lebensraum Tirol, Trendradar Wellness 2025

Schlafqualität

Angebotsmerkmale & Angebote am DACH-Markt



Angebotsmerkmale

- Ruhige Zimmer
- Schlaf-Coaches/Schlaf-Sommelier
- professionelles Schlaf-Tracking & Analyse
- Kissenmenüs
- unterschiedlichen Betten- bzw. Schlaf-Systeme
- natürliche Ausstattung der Hotelzimmer, angenehmes Raumklima (Temperatur, Licht/Dunkelheit, Luft, Elektromog, Digital Detox, entspannende Musik)
- Entspannungs- und Meditationsangebot
- Schlaf-Retreats

Beispielangebote DACH-Markt

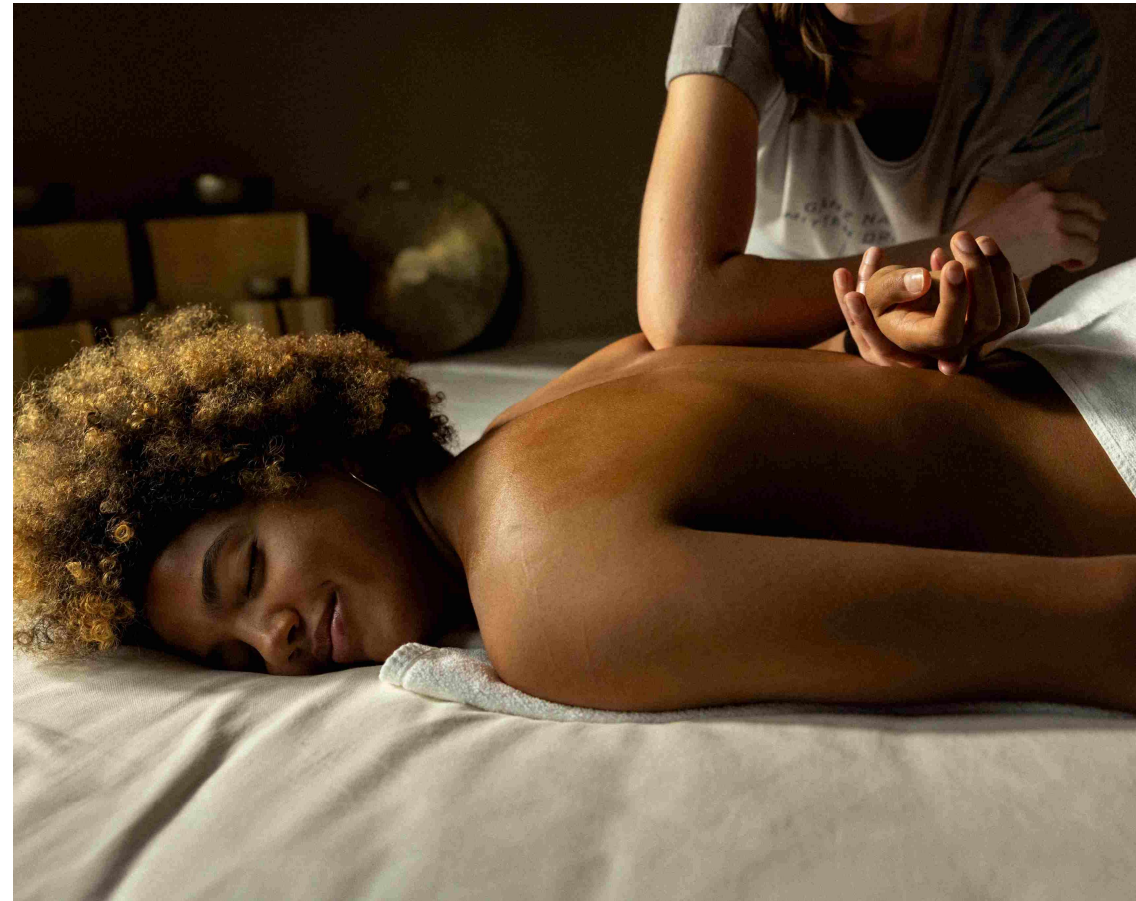
[keine vollständige Auflistung]

- Gradonna Mountain Resort (Tirol)
- Kurbldhof Appartements (Tirol)
- Krallerhof (Salzburg)
- theiner's Garten, Biorefugium (Südtirol)
- Rehlegg (Bayern)

Menschliche Verbindungen (neu gedacht)

Trendbeschreibung

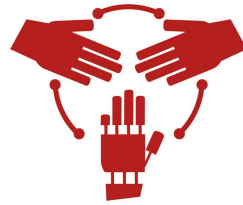
Während digitale Technologien immer mehr Prozesse und Interaktionen erleichtern, gewinnen echte Verbindungen in Form von Empathie, persönlicher Kommunikation und menschlicher Nähe, insbesondere dort, wo Technologie allein nicht ausreicht, an Bedeutung. Der Trend betont, wann Technologie sinnvoll unterstützt und wann persönlicher Kontakt unverzichtbar ist. Dabei geht es um die Balance zwischen digitaler Innovation und menschlicher Präsenz, um echte Verbindungen und ein harmonisches Zusammenspiel beider Welten zu schaffen. Der Fokus liegt auf authentischen, persönlichen Verbindungen und die Balance zwischen digitaler Effizienz und menschlicher Präsenz.



Bildquelle: Tirol Werbung / Haindl Ramon

Menschliche Verbindungen (neu gedacht)

Bewertung & Wortbeiträge der Teilnehmenden



Menschliche Verbindungen
(neu gedacht)

Quantitative Bewertung der Trendradar-Teilnehmenden

- Der Trend weist unter allen abgefragten Trends einen starken Einfluss auf den Gast im Kontext einer Wellnessleistung in den nächsten 5 Jahren auf.
- Der Trend wird sowohl im DACH-Raum als auch in Tirol durch erste Anwendungen umgesetzt.
- Tiroler Betrieben wird eine hohe Kompetenz zugeschrieben, auf diesen Trend in den nächsten 5 Jahren tatsächlich reagieren zu können.

Wortbeiträge der Trendradar-Teilnehmenden

- „Erlebnisse hängen stark am **1:1 im Wellnessbereich** - sei es der Masseur oder die Yoga-Lehrerin.“
- „In Tirol wird das auch stark von der **Gastgeber-Familie** abgebildet. Selbst wenn Personal wechselt, hängt die Wahrnehmung oft mit den Gastgebern zusammen.“
- „Es geht um **die Verbindung von Mensch zu Mensch und digitalen Angeboten, die wichtig ist.**“

Anmerkung: Der Trendradar Wellness 2025 ließ 35 Trends aus dem Gesundheits- & Wellnessbereich auf ihre Einflussstärke, Reifegrad (DACH & Tirol) sowie Kompetenz bewerten. Bewertet und diskutiert wurde von Expert:innen aus der Branche.

Quelle: Lebensraum Tirol, Trendradar Wellness 2025

Daten, Zahlen & Treiber zum Trend

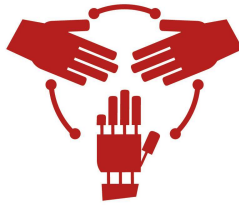
Beziehungen gehen unter die Haut und wirken über neurobiologische und hormonelle Mechanismen auf Immunsystem, Entzündungsprozesse und Alterung.

Verbindung zum Makrotrend

Resonanztourismus: Begegnungsräume und nachhaltige, tiefgreifende Verbindungen zum Urlaubsort werden zum Erfolgsfaktor.

Unterstützung durch Digitalisierung: Revenue-Management, Ressourcenplanung, Schulungs- und Wissenstransfer, Gästekommunikation und Serviceprozesse, intelligente Gebäudesteuerung, Reinigungs- und Poolroboter, ...

Human Digitality als nächstes Kapitel der Digitalisierung: Der technologische Fortschritt wird sich wieder stärker an menschlichen Bedürfnissen ausrichten. Individuen und Organisationen werden dazu ermächtigt, konstruktiv mit den Chancen und Herausforderungen der Hypervernetzung umzugehen. Digitale Effizienz braucht den Gegenpol lebendiger Beziehungen.



Menschliche Verbindungen
(neu gedacht)

Welche Chancen bietet der Trend?

Der Trend **Menschliche Verbindungen (neu gedacht)** wurde ausgewählt, weil er im Kontext von Wellnessleistungen als besonders einflussstark bewertet wird und im Vergleich zu den anderen vier Trends nicht das WAS (Welche Angebote sind zukunftsfähig?) sondern das WIE, die sozialen Beziehungen, in den Fokus rückt.

Für Wellnessbetriebe bedeutet das, die Angebote konsequent an den tiefen Bedürfnissen der Gäste auszurichten: nicht nur Erholung, sondern **nachhaltige Wirkung, vertrauensvolle Verbindung und Nutzen, vor allem im Kontext zum Longevity-Ansatz**. Das erfordert ein hohes Maß an Individualisierung und Flexibilität – und bietet gleichzeitig die Chance, betriebliche Prozesse neu zu denken: **Effizienz und Menschlichkeit** werden nicht als Gegensätze betrachtet, sondern als Ergänzung.

In Summe liegt die Chance dieses Trends darin, Wellness nicht nur als Angebot, sondern als Beziehungs- und Wirkungserlebnis neu zu definieren. Auch ohne umfangreiche Hardware können Anbieter:innen von Wellness-Leistungen durch individuelle Betreuung und Beziehungsgestaltung erfolgreich sein.

Aktuelle Kompetenzen & Entwicklungspotenziale

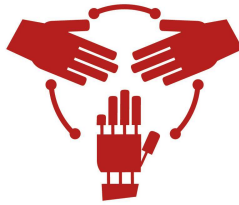
Die Bewertungen der Trendradar-Teilnehmenden zeigen eine zentrale Stärke der Tiroler Wellness-Branche: **Gastfreundschaft** und die **menschliche Verbindung zwischen Gast und Gastgebernden** werden als **Kernkompetenz** und als kaufentscheidender Faktor wahrgenommen. Besonders hoch bewertet werden Personal- und Beziehungsqualität – also Mitarbeitende, die Erlebnisse professionell rahmen, Vertrauen aufbauen und individuelle Bedürfnisse erkennen.

Gleichzeitig werden Entwicklungspotenziale deutlich: In der **Personalentwicklung** verschieben sich die Prioritäten hin zu einer gezielten **Aufwertung des direkten Gästekontakts**. Dafür gilt es, Mitarbeitende spürbar von repetitiven Aufgaben zu entlasten und ihre Rolle als Gastgeber:innen mit mehr Zeit, Handlungsspielraum und Wirkung auszustatten.

Ein wesentlicher **Hebel** dafür liegt in der **Digitalisierung**. Routinetätigkeiten, administrative Abläufe und standardisierte Kommunikation können intelligent unterstützt oder (teil-)automatisiert werden. So entstehen Freiräume genau dort, wo Tirols Wellness-Branche einen großen Mehrwert schaffen kann: in der persönlichen Begegnung und in individueller Betreuung.

Menschliche Verbindungen (neu gedacht)

Angebotsmerkmale



Menschliche Verbindungen
(neu gedacht)

Angebotsmerkmale

- Alle Kundenkontaktpunkte, im Speziellen jene mit persönlicher (Empfang) und fachlicher Beratung (Anwendungen, Programme)
- Schulung der Mitarbeitenden zur persönlichen Gästeansprache
- Social Spaces: Gestaltung von Bereichen, in denen Gäste gezielt in Kontakt miteinander treten, auch im Sinne von Digital Detox
- Hybride Dienstleistungen
- Digitale Unterstützung von Prozessen (z. B. Revenue-Management, Ressourcenplanung, Schulungs- und Wissenstransfer, Gästekommunikation und Serviceprozesse, intelligente Gebäudesteuerung, Reinigungs- und Poolroboter, ...)

HERZ DER ALPEN



Ihre Ansprechpartnerin:

Cornelia Rützler, BA
Unterkünfte, Wasser & Wellness

T: +42 512 5320 291

M: cornelia.ruetzler@tirolwerbung.at

Tirol Werbung GmbH
Maria-Theresien-Straße 55
6020 Innsbruck • Österreich

TIROL WERBUNG



Ihre Ansprechpartnerin:

Greta Renner, MA
Tourismusforschung & Datenprojekte

T: +42 512 5320 225

M: greta.renner@tirolwerbung.at

Tirol Werbung GmbH
Maria-Theresien-Straße 55
6020 Innsbruck • Österreich

LEBENSRAUM TIROL
HOLDING
_ TIROL WERBUNG
_ STANDORTAGENTUR TIROL
_ AGRARMARKETING TIROL

ANHANG

1. Trendradar Wellness, Tirol Werbung
2. Studiendesign zur Themenstudie Wellness, Tirol Werbung

Trendradar **Wellness** Tirol Werbung 2025

Vorselektion

Alle Megatrends & Makrotrends werden grob aussortiert/vorselektiert und durch fehlende Trends ergänzt

Trendradar-Bewertung

35 Expert:innen aus der Wellnessbranche haben die Trends bewertet & folglich in Workshops diskutiert.

Auswahl der Top 5

unter Berücksichtigung der Ergebnisse und folgender Kriterien:

- First Mover
- Kompetenzführerschaft
- Unternehmensstrategie
- Themen-Mix



Ziele/Ergebnisse

Ziel war die Umsetzung eines Trendradars mit mind. 30 Teilnehmenden, um die **Top 5 Trends** zu identifizieren, die für die Wellness-Branche in Tirol den kommenden 5 Jahren am relevantesten sind.

Zweck:
Fokus schaffen, gemeinsames Verständnis in der Tiroler Wellness-Brache, Wissens- und Trendvermittlung,

Grundlage für ein vorausschauendes Agieren in Hinblick auf geänderte Veränderungen am DACH-Markt und geben Impulse für eine fokussierte, innovative Produkt- und Angebotsentwicklung.

Studiendesign: Themenstudie Wellness

Tirol Werbung — 2025

Themenstudie **Wellness**

- Erhebung zum Potenzial Wellness in DE bzw. Tirol sowie ihren Bedürfnissen, Motiven und Ansprüchen sowie Qualitätsanforderungen
- Befragt wurde die alpenurlaubs- und wellnessaffine Bevölkerung¹ in DE (n=1.000) sowie wellnessaffine² Bevölkerung in Tirol (n=302)
- Online-Interviews, Okt.-Nov. 2025
- bevölkerungsrepräsentativ

¹ Personen, für die Wellness im alpinen Urlaub eine Relevanz hat und mind. 1 alpinen Urlaub mit Wellness in den letzten 3 Jahren gemacht haben oder in den nächsten 3 Jahren planen.

² Personen, für die Wellness eine Relevanz hat und mind. 1 Urlaub/Tagesausflug mit Wellness in den letzten 3 Jahren gemacht haben oder in den nächsten 3 Jahren planen.