

Aktuelles

1. Dezember 2017

Aufbruch in eine ganzheitliche Wellness-Zukunft

Die Stadt Baden wird vom Schweizer Tourismus-Verband (STV) erneut mit dem Gütesiegel "Wellness-Destination" ausgezeichnet.

Damit gehört Baden zum Kreis der Schweizer Destinationen, die dieses Label über die nächsten drei Jahre tragen dürfen. Im Rahmen der Re-Zertifizierung für die Periode 2018-2020 hat der STV den Kriterienkatalog vollständig überarbeitet und an das moderne Wellness-Verständnis angepasst. Mit dem Einbezug privatwirtschaftlicher Partner hat sich Baden bestens für die ganzheitliche Wellness aufgestellt.

Seit sich der Begriff Wellness vor einigen Jahrzehnten als Gesundheitsbewegung durchgesetzt hat, haben sich die Bedürfnisse der Menschen verändert: Wellness entwickelt sich mehr und mehr weg von der blossen Ausrichtung auf Spa-Landschaften hin zum umfassenden gesundheitlichen Bewusstsein. Dieser Entwicklung folgend, hat der STV seine Kriterien geschärft: Grundlage für das Label "Wellness-Destination" 2018 – 2020 ist Wellness als Lebensphilosophie und Lebensstil. Dank ihrer konsequenten Ausrichtung auf dieses neue Verständnis wurde die Stadt Baden am gestrigen Label-Tag des STV in Solothurn erneut mit dem Gütesiegel "Wellness-Destination" ausgezeichnet.

Baden ist optimal auf die Zukunft ausgerichtet

Verpflichtet aus der Tradition als Bäder-, Kur- und Wellness-Destination ist Baden nah am Puls sich verändernder Bedürfnisse. In Partnerschaft mit den ansässigen Wellness-Anbietern hat die Stadt deshalb im Hinblick auf die Neuvergabe des Gütesiegels den Begriff "Wellness" am Standort Baden auf die Zukunft ausgerichtet. Er orientiert sich an drei Alleinstellungsmerkmalen:

1. In Baden sprudelt das mineralreichste Thermalwasser der Schweiz mit 47 Grad Wärme aus 18 Quellen. Dessen gesundheitsfördernde Eigenschaften werden seit 2000 Jahren genutzt.
2. Die zentrale Lage im grössten Schweizer Ballungsraum macht die weltoffene Stadt zur ideal erschlossenen Wellness-Destination, 15 Minuten ab Zentrum Zürich.
3. Die besondere Geschichte und das kulturelle Erbe, das mit dem Projekt Kulturvermittlung zugänglich gemacht wird.

Um diese drei Alleinstellungsmerkmale möglichst breit und vielfältig den Gästen aber auch den Einwohnerinnen und Einwohnern zugänglich und erlebbar zu machen, ist die Stadt Baden zahlreiche Partnerschaften mit privaten Dienstleistern und Geschäften eingegangen. Bereits zehn Wellnesspartner aus Hotellerie, Fitness, Tanz, Thermalbaden, Lebensmittel, Yoga und Beauty tragen zur Umsetzung des gesamtheitlichen Ansatzes bei. Weitere Partnerschaften sind in Vorbereitung.

Dazu Thomas Lütolf, Leiter Standortmarketing: „Diese Erweiterung der Kooperation ist ein Meilenstein, weil Wellness über die ganze Stadt verteilt an unterschiedlichen Orten und in überraschenden Facetten erlebbar

wird. Die partnerschaftliche Zusammenarbeit ist ein wunderbarer Nährboden für neue Ideen und Inspirationen.“

Eine Chance für Baden und darüber hinaus

Dieses reichhaltige Angebot, das der neuen Philosophie des Labels entspricht und mit dem neuen Thermalbad von Architekt Mario Botta bald zusätzlich aufgewertet wird, hat die STV-Auditoren überzeugt. Die erneute Zertifizierung nach ganzheitlichen Kriterien eröffnet Baden die Chance, im modernen Wellnessmarkt schweizweit als führende Destination wahrgenommen zu werden. Davon profitiert auch die Tourismusregion Zürich, die langfristige touristische Kooperation von Zürich, Winterthur, Zug und Baden. Dazu Martin Sturzenegger, Direktor Zürich Tourismus: „Auch im internationalen Wettbewerb besitzt Wellness einen ungebrochen hohen Stellenwert. Entsprechend wertvoll ist es für die Region Zürich, dass wir zusammen mit Baden ein überzeugendes, modernes Wellness-Angebot vermarkten können.“

Das Gütesiegel "Wellness-Destination" zeichnet Orte aus, die eine hochwertige Angebotspalette ausweisen und einen ganzheitlichen Ansatz leben. Bevölkerung, Berufstätigen und Gästen sollen vielseitige Möglichkeiten in den Sparten Bewegung, Ernährung, Entspannung und Natur zur Verfügung stehen. Das Wellness-Angebot wird vom STV mittels Audit von unabhängigen Kontrollpersonen überprüft. Das Gesamtkonzept für die Wellness-Destination Baden wurde vom Standortmarketing Baden erarbeitet, zusammen mit den privatwirtschaftlichen Partner, welche die entsprechenden Kampagnen finanzieren.

[zur Liste](#)