



# Baden bei Zürich

Die Bäderstadt hat erneut das nationale Gütesiegel «Wellness-Destination» erhalten – und will noch näher an Zürich rücken.

**VON ANDREAS FAHRLÄNDER**

Die Stadt Baden hat am Donnerstag zum vierten Mal das Label «Wellness-Destination» verliehen bekommen. Damit zählt sie zu einem exklusiven Club: Nur zehn Ferienorte in der ganzen Schweiz tragen diese Auszeichnung. Der Schweizer Tourismus-Verband vergibt dieses Qualitätssiegel alle drei Jahre.

Baden darf sich also bis 2020 wieder offiziell «Wellness-Destination» nennen. Das ist entscheidend in der heiklen Phase, bis das neue Thermalbad seinen Betrieb aufnimmt. Im Herbst 2020 soll das von Mario Botta geplante Bad im Limmattknie die ersten Badegäste empfangen. Ebenfalls in diesen Tagen wurde die Zusammenarbeit mit Zürich Tourismus bekräftigt. Stadtmann Geri Müller und Thomas Lütolf, Leiter des Standortmarketings der Stadt Baden, luden deshalb gestern gemeinsam mit Martin Sturzenegger, Direktor von Zürich Tourismus, ins Badener Tanzzentrum, um die Zukunft des Kurorts vorzustellen. Sturzenegger betonte, dass schon heute etwa das Trafo in Baden ein «Highlight» in der Tourismusregion Zürich sei, die von Zug über Baden und Zürich bis nach Winterthur und Rapperswil reicht.

## «Ganzheitliche Wellness»

Die Zukunft des Kurorts, oder eben der Wellness-Destination, soll laut Lütolf ganzheitlich sein. Im Gegensatz zum klassischen Verständnis von Wellness, in dem es vor allem um körperliche Entspannung geht, will Baden eine «ganzheitliche Wellness» anbieten.

Die Hotels Limmathof, Blume und Du Parc, das Fitnesscenter Baden und der

Hamam Fitnesspark im Trafo gehören zusammen mit der Stiftung Gesundheitsförderung zu den etablierten Wellness-Partnern der Stadt. Ab 2018 ergänzen lokale Anbieter wie eben das Badener Tanzzentrum, das «Beautyhouse» an der Stadtturmstrasse, der «Biolade» am Bahnhof und Yoga Baden das Angebot. Denn das ist entscheidend am neuen Konzept: Neben der klassischen «Badekur» soll man in Baden in Zukunft auch ein reichhaltiges Angebot an gesunder Ernährung, Schönheitsanwendungen, Bewegung und etwas für den Geist bekommen – sei es als Kurgast oder als alteingesessene Badenerin oder Badener.

Das Label «Wellness-Destination» ist für die Vermarktung der Badener Hotels und für die Bedeutung der Stadt als Kongress- und Tagungsort entscheidend. Neben Baden zählen zu den «Wellness-Destinationen» unter anderem Gstaad, Leukerbad, St. Moritz, Bad Ragaz – und auch die beiden Aargauer Kurorte Bad Zurzach und Rheinfelden. Eine Gefahr, dass man sich hier gegenseitig Gäste abwerbe, sieht Lütolf nicht: «Bad Zurzach positioniert sich unter anderem stark als Familienbad, Rheinfelden als Tagesdestination bei Basel.» Baden wolle sich deshalb ganz entschieden Richtung Zürich orientieren. Hier bestehe eine natürliche Verbindung im Limmattal und ein sehr grosses Potenzial im grössten Wirtschaftsraum der Schweiz. Und was ebenso wichtig sei: Die zweitausendjährige Geschichte Badens als Kurort mit seinen 18 Quellen und dem mineralreichsten Thermalwasser sei ein entscheidendes Alleinstellungsmerkmal in der Schweizer Tourismuslandschaft. Die Herkunft und die Tradition würden im Tourismus immer wichtiger. Und so alt wie die Wellness-Destination Baden ist keine andere im Club der exklusiven Zehn.