

## Medical Wellness Expertentalk

## Die Gäste denken um



Ein Vorbild in Sachen Medical Wellness: das Lans Med Concept im Lanserhof Gesundheitszentrum & Kurhotel in Tirol

Die Spa-Branche ist sich einig: Medical Wellness ist der Markt der Zukunft. Die große Frage ist allerdings, wie der Spa-Betrieb den Begriff definiert und welche Strategien und Angebote Erfolg versprechen. Unser Expertentalk gibt Antworten



**DOWNLOAD**

Expertentalk in voller Länge  
Unter [www.spa-concept.com/  
downloads](http://www.spa-concept.com/downloads) können Sie o.g.  
Zusatzinfos herunterladen.

Benutzername: spa5  
Passwort: verkauf

Die Gästewünsche sind im Wandel begriffen: weg von passiven Wohlfühlangeboten hin zu aktiven Life-Coachings und geleiteten Aktivitäten. „Der Gast will im Urlaub den Spa-Besuch immer stärker mit klaren Resultaten verbunden sehen“, bestätigt Raoul Kroehl von Spa eMotion, „es geht um Gesunderhaltung, Stressabbau und Änderung des Lebensstils – Inhalte, die in den beruflichen und privaten Alltag mit eingebracht werden können. Die Angebote im Spa- und Wellness-Markt werden von den Gästen immer stärker auf ihre Wirksamkeit und Nachhaltigkeit sowie Qualität hinterfragt.“

Der Leistungsumfang der gesetzlichen Krankenversicherungen ist mittlerweile deutlich gesunken. „Immer mehr gesetzlich Versicherte nehmen deshalb die Extrakosten einer privaten Zusatzversicherung in Kauf“, so Ute Rührig, Geschäftsführerin Quality Spa. „Früher wurden diese Zusatzversicherungen nur für das Upgrade von

Krankenhausaufenthalten genutzt – mittlerweile aber auch für diverse Leistungen, die dem Sparzwang zum Opfer fielen. Was die gesetzlichen Kassen situationsbedingt tun, ist die verstärkte Bemühung für Gesundheit und Prävention zu belohnen, z.B. mit Bonuspunkten, Rückerstattung von Kursgebühren und Zuschüssen zu zertifizierten Angeboten im Bereich Ernährung, Bewegung oder Stressmanagement.“ Dabei avancieren die Krankenkassen zunehmend zu Reiseveranstaltern und bieten entsprechende Packages in Zusammenarbeit mit Wellness-Hotels an. „Medizinische Selbstzahlerangebote bei Wellness-Hotels, wie Health Checks, Risiko Screenings, Präventionswochen, Lifestyle Coachings, etc. werden daher in den nächsten Jahren eine Rolle spielen“, glaubt Jörg Hidding, Inhaber von Aktiv Consult. „Im (Noch-)Kurbereich wird es klassische medizinische Angebote in neuer, Lifestyle affiner Verpackung geben. Steigerungsraten erwarte ich

Foto: Lanserhof



„Ärzte sehen den Spa-Markt als attraktive Einnahmequelle“

Raoul Kroehl, Spa eMotion



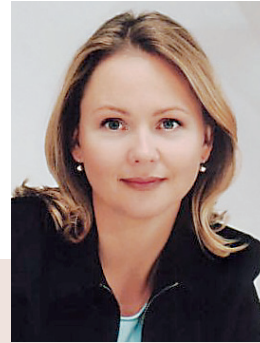
„Wellness-Urlaub muss heute einen konkreten Gesundheitsnutzen haben“

Ute Rührig, Quality Spa



„Medical Wellness wird zum Lifestyle Coaching“

Jörg Hidding, Aktiv Consult



„Prävention wird die Wohlfühlangebote überflügeln“

Sylvia Glückert, WellConsult



„Die Zeit der 08/15-Konzepte ist vorbei“

Stefano Cicalò,  
Michaeler & Partner

auch bei Aktivangeboten und Programmen, die den Gast wieder an das Thema Bewegung und (medizinische) Fitness in Verbindung mit Physiotherapieangeboten oder Ernährungscoaching heranführen.“

**Erfolgsfaktor Qualität: Was drauf steht, muss auch drin sein.** „Realität ist allerdings“, bemerkt Raoul Kroehl, „dass am Anbietermarkt zur Zeit eher noch ein Prozess des Ausprobierens in Richtung medizinischer Selbstfindung stattfindet. Der Spa-Markt wird aufgrund der gesundheitspolitischen Entwicklungen zunehmend von der Ärzteschaft als neue attraktive Einnahmequelle gesehen, die es zu erschließen gilt. Aus Sicht der Wellness-Hotellerie wird das Thema Medical Spa häufig als Marketinginstrument genutzt um neue Zielgruppen anzusprechen und das Angebot zu erweitern. Leider sind vielerorts die Voraussetzungen nicht geschaffen, um sich in diesem Segment nachhaltig und erfolgreich zu bewähren.“ Ute Rührig ergänzt: „Die nötige Kompetenz ist nur durch Leistung und überdurchschnittliche Qualität, Glaubwürdigkeit und in jahrelanger Aufbauarbeit mit intensiver Ausbildung der Mitarbeiter zu erzielen. Unabdingbar ist ein ganzheitliches, diagnostisches und therapeutisches Konzept, bei dem die Schulmedizin mit naturheilkundlichen und ergänzenden komplementären Methoden sinnvoll verknüpft wird. Das ist dann doch kein schneller Mitnahmetrend für Wellness-Hotels.“

**Am Markt haben sich Medical Spas erfolgreich bewährt**, die eine komplette fachliche Betreuung besonders im präventiven Bereich ganzheitlich und zielgruppengerecht anbieten. Wichtiger Erfolgsfaktor dabei ist nicht nur das qualifizierte, medizinische Fachpersonal im Zusammenspiel mit dem Spa-Angebot, sondern auch die glaubwürdige Ausrichtung des ganzen Unternehmens. „Viele Anbieter von Medical Wellness benutzen den Begriff, um den Anschein höherer Qualität zu erlangen“, so Sylvia Glückert von WellConsult, „bieten aber letztendlich nur Alibiangebote ohne erkennbaren bzw. messbaren Nutzen. Der weitere Ausbau von Zertifizierungsmaßnahmen, die allgemeinen Bemühungen der Branche um Qualitätsstandards und ein immer aufgeklärterer und erfahrener Gast werden jedoch dazu bei-

tragen die Spreu vom Weizen zu trennen.“ Dass die Zeit der 08/15-Konzepte für Pseudo-Wellness-Angebote in der Tat vorbei ist, glaubt auch Stefano Cicalò von Michaeler & Partner: „Ohne eine fundierte Auseinandersetzung mit dem Angebotsnutzen und den Bedürfnissen der Gäste bleibt lediglich der Preiskampf im Haifischbuckel der Wellness-Preisdumper übrig.“ (ah)



**Berufe,  
die entspannen!**

Wellnesstraining

Wellnessmassagen

Ayurvedischer  
Gesundheitsberater

Vinyasa  
Yoga-Instructor

Erwerben Sie anhand hochwertiger Weiterbildungen umfangreiches Fachwissen und anerkannte Qualifikationen – berufsbegleitend im Fernstudium mit hohem Praxisanteil!

Informationen zu allen Angeboten des  
IST-Studieninstituts kostenfrei unter:  
0800/478 0800 oder [www.ist.de](http://www.ist.de)

Kennziffer  
18101119

**IST**

**20  
JAHRE**