

Medical Wellness

Mafo-News 10/07

Oberösterreich Tourismus

Mag. Rainer Jelinek

Tourismusentwicklung

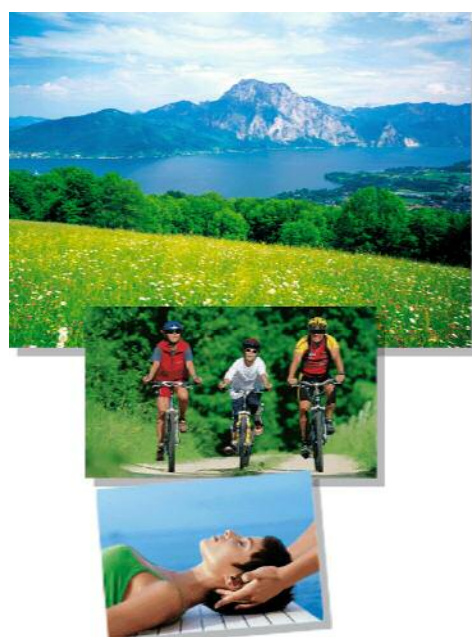
Freistädter Straße 119, 4041 Linz

Tel: (+43 732) 72 77-163

Fax: (+43 732) 72 77 9-163

e-mail: rainer.jelinek@lto.at

www.oberoesterreich-tourismus.at



LANDSCHAFTEN
FÜR LEIDENSCHAFTEN



www.oberoesterreich.at

INHALTSVERZEICHNIS:

1. Von Medizin über Wellness zu Medical Wellness.....	3
2. Die Definition von Medical Wellness.....	5
3. Medical Wellness auf Anbieterseite.....	7
4. Die Nachfrager von Medical Wellness.....	9

Quellen:

Deutscher Medical Wellness Verband eV (Hrsg.): medical+wellness. Das Branchenmagazin, Berlin, 02/2007

Institut für Freizeitwirtschaft München: Wachstumsmarkt Gesundheitstourismus – Seifenblase oder Realität?, Vortrag, Berlin, 8. März 2007

ITB Berlin: Fachforum Wellness, eigene Mitschrift, Berlin, 8. März 2007

Krause, Dr. Mario: Gesünder urlauben, Vortrag bei Forum Gesundheit, Linz, September 2006

1. Von Medizin über Wellness zu Medical Wellness

Als Gegensatz zur klassischen kurativen Medizin, die sich ausschließlich mit der Heilung von Krankheiten (Pathogenese) beschäftigte, wurde in den 1970er-Jahren von den amerikanischen Ärzten Donald B. Ardell und John Travis der Begriff „Wellness“ formuliert. Der aus den Worten „wellbeing“ und „fitness“ zusammengesetzte Begriff wurde ursprünglich ausdrücklich als medizinisch fundierte Prävention und Eigenverantwortung des Einzelnen für seine Gesundheit verstanden. Der Focus lag auf der Erhaltung bzw. Verbesserung der Gesundheit (Salutogenese).

In den letzten Jahren kam es durch eine wahre Inflation an Wellness-Produkten jedoch zu einer Verwässerung des Begriffs – neben den nahe liegenden Produkten aus dem Gesundheitsbereich, firmieren heute auch Joghurts, Socken und Tierfutter unter der Bezeichnung Wellness. Die Gesundheitsvorsorge ist völlig in den Hintergrund geraten, nur mehr das kurzfristige Wohlfühlen wird mit Wellness assoziiert.

Andererseits gilt der Gesundheitsmarkt als DIE Zukunftsbranche schlechthin. Immer mehr Menschen erkennen ihre Eigenverantwortung für sich und ihren Körper und sind bereit, Geld in Gesundheit und Wohlbefinden zu investieren. Das Problem ist jedoch, dass eine Vielzahl der Angebote nicht halten, was sie versprechen und die angeblich gesundheitsfördernde Wirkung mancher Wellness-Produkte nicht immer wissenschaftlich belegbar ist. Der Ruf nach einer „Qualitätskontrolle“ ist daher durchaus verständlich.

Um die Medizin und Gesundheit wieder mehr in den Mittelpunkt zu rücken, wurde dem Begriff „Wellness“ nun die Eigenschaft „medical“ vorangestellt.

Was nun genau unter „Medical Wellness“ zu verstehen ist und welche Bedeutung „Medical Wellness“ im Gesundheitstourismus hat, das soll in dieser Mafo-News näher erläutert werden.

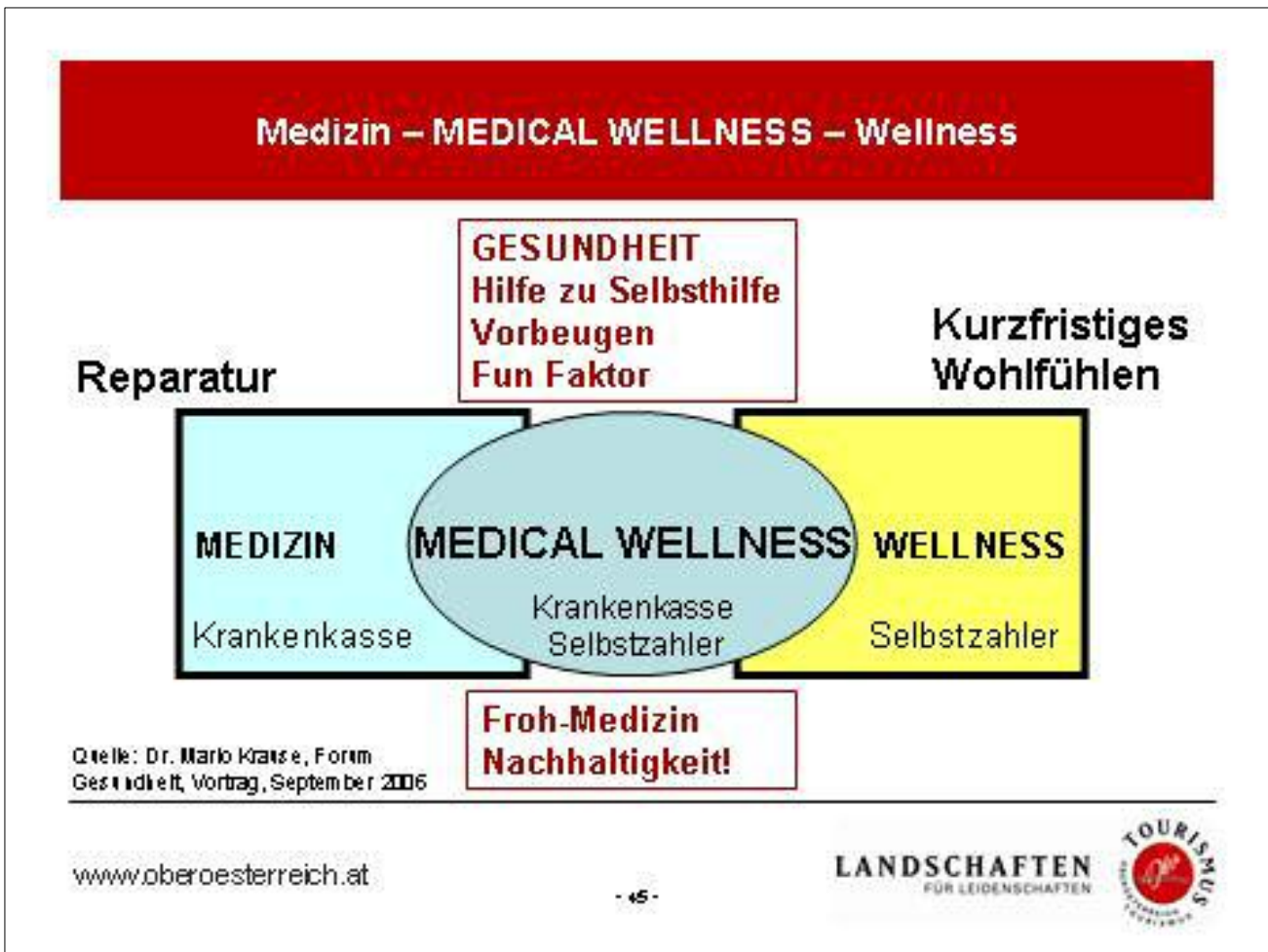


Abbildung 1: Medical Wellness - zwischen Medizin und Wellness
(Quelle: Krause, Dr. Mario: Gesünder urlauben, Vortrag bei Forum Gesundheit, Linz, September 2006)

2. Die Definition von Medical Wellness

Beim Medical Wellness Kongress am 24. und 25. Jänner 2007 in Berlin einigten sich der Deutsche Wellness Verband eV, der Deutsche Heilbäderverband eV, der Deutsche Medical Wellness Verband eV sowie die Bundesvereinigung für Gesundheit eV und der Deutsche Turner-Bund eV auf eine erste gemeinsame Definition von Medical Wellness:

„Medical Wellness beinhaltet gesundheitswissenschaftlich begleitete Maßnahmen zur nachhaltigen Verbesserung der Lebensqualität und des subjektiven Gesundheitsempfindens durch eigenverantwortliche Prävention und Gesundheitsförderung sowie der Motivation zum gesundheitsbewussten Lebensstil.“

Bereits bei der Verabschiedung dieser Definition zeigte sich, dass es sich dabei um einen Kompromiss handelt. Das weiterer Diskussionsbedarf besteht, zeigte sich deutlich an der Frage ob Medical Wellness „gesundheitswissenschaftliche“ oder doch eher „medizinische“ Maßnahmen beinhaltet. Eine Unterscheidung, die vor allem für den Deutschen Medical Wellness Verband eV (DMWV) ein heftiger Kritikpunkt an der neuen Definition ist.

Zwar scheint diese Unterscheidung eher philosophischer Art zu sein, jedoch hat sie durchaus praktische Auswirkungen: Die Argumentation lautet, dass somit ein gesundheitswissenschaftliches Konzept hinter den Behandlungen völlig ausreicht und kein Arzt im Medical Wellness-Betrieb anwesend sein muss. Bei „medizinisch begleiteten Maßnahmen“ wäre jedoch die Betreuung bzw. Kontrolle durch einen Arzt notwendig. Für Prof. Dr. Dr. Mustafa Yücel, DMWV, ist gerade die fachliche Betreuung durch einen Arzt ein wesentliches Kriterium für Medical Wellness. Er versteht unter „medical“, dass die Entscheidung für oder gegen eine Anwendung nicht mehr allein dem Gast überlassen wird, wie es in den meisten Wellness-Einrichtungen der Fall ist, sondern dass der Arzt diese Verantwortung teilt. Eine Argumentation der man im Verständnis von Medical Wellness als

Prävention und Gesundheitsförderung durchaus folgen kann.

Medical Wellness kann somit als Dachbegriff verstanden werden, der der Unterscheidung zwischen passiver, also klassisch verstandener Wellness und aktiver Wellness, also dem bewussten Umgang mit sich und seinem Körper dient. In Medical Spas geht es vor allem um die Förderung der Eigenverantwortung und um das Gesundsein. Medical Wellness soll vorsorgen mit Maßnahmen der Verhaltensmedizin und helfen die Gesundheitsurlauber gesund zu erhalten. Medical Wellness stellt dabei den Spaß an der eigenen Gesundheit und dem eigenen Körper in den Vordergrund – bildet also die Brücke zwischen subjektivem Wohlbefinden, Prävention und ärztlich begleiteter Gesundheit.

3. Medical Wellness auf Anbieterseite

Anbieter müssen die Kundenbedürfnisse in den Mittelpunkt stellen. Medical Wellness und Prävention verlangt eine aktive Teilnahme des Kunden. Der Kunde trifft nicht bloß eine Kaufentscheidung, sondern auch eine viel weitgehendere Entscheidung für eine bewusste Lebensweise. Diese Entscheidung wird der Kunde aber nur dann treffen, wenn er seine persönlichen Bedürfnisse durch das unterbreitete Angebot beantwortet sieht. Daher müssen die Bedürfnisse oder Erwartungen der potentiellen Kunden in den Mittelpunkt der Angebotspolitik gestellt werden.

Diese Kunden, die neu gewonnen werden sollen, sind derzeit von vielen Anbietern noch nicht ausreichend klar analysiert und definiert. Die Anbieter auf dem neuen Feld der Medical Wellness sind gefordert, den Markt genau zu beobachten und zu erforschen. Das Angebot kann noch so medizinisch perfekt entwickelt sein, qualitativ optimal umgesetzt werden – und trotzdem komplett am Kunden vorbei gehen.

Für den Gast muss das Angebot so gestaltet werden, dass Spaß und Erfolg im Mittelpunkt seines Medical Wellness Erlebnisses stehen. Medical Wellness wird damit ein mindestens gleichrangiger Genuss zum klassischen Wellness oder SPA Erlebnis, bietet aber einen Mehrwert, der über den kurzen Moment des Erlebens hinausreicht. Um diesen Mehrwert zu erzielen benötigen die Anbieter zusätzliche Kompetenzen im Bereich der Gesundheitsprävention, die in aller Regel nicht vollständig im eigenen Unternehmen vorhanden sind. Dazu gehört auch das Hinzuziehen von medizinischer Kompetenz. Auch wenn die Medical Wellness-Programme im Ergebnis so einfach wie möglich gestaltet sein sollen, so ist es doch erforderlich, dass sie bezüglich der medizinischen Sinnhaftigkeit und Nachhaltigkeit mit dem nötigen Fachwissen entwickelt werden. Dieses Fachwissen ist in der Medizin vorhanden.

Die Produktentwicklung von Medical Wellness-Angeboten kann daher nur von allen Parteien gemeinsam durchgeführt werden: Touristiker und Mediziner.

Wesentliches Merkmal für Medical Wellness-Angebote sollte folglich auch eine wahrnehmbare medizinische Kompetenz des Medical Wellness-Hotels oder –Resorts sein. Die Integration eines Arztes, der das Therapeuten-Team und die Köche, die für die Einhaltung des Ernährungsplans verantwortlich sind, koordiniert und die Gestaltung der individuellen, bedürfnisgerechten Medical Wellness-Programme übernimmt, sollte somit Bestandteil von Medical Wellness-Angeboten sein. Dass dabei nicht „nur“ der Nachweis des Medizin-Studiums beachtet werden sollte, sondern auch auf die zum Angebot passende Fachrichtung, sollte als Selbstverständlichkeit gelten. Zumindest eine stundenweise Anwesenheit des Arztes im Betrieb und die Erreichbarkeit für die Gäste sollte sichergestellt sein.

Im Rahmen der Angebotsgestaltung drängen sich einige Fragen auf: Woran bewerten die Gäste die medizinische Leistung eines Medical Wellness-Hotels? Ist die geforderte medizinische Kompetenz für den Gast überhaupt erkennbar und eventuell sogar messbar? Es ist einleuchtend, dass die medizinische Leistung des Arztes von den Gästen nur schwer beurteilbar und messbar ist. Beurteilbar sind jedoch die Erreichbarkeit des Arztes für die Medical Wellness-Gäste und die Zeit, die der Arzt sich nimmt, um gemeinsam mit dem Gast die Bedürfnisse zu klären und das Programm abzustimmen. Auch die Ausbildung des Therapeutenteams und die Schulung des Personals wird von den Gästen in den meisten Fällen wahrgenommen. Weiters legen die Gäste großen Wert auf kurze Wartezeiten und beurteilen den Medical Wellness-Betrieb an der Anzahl der vorgehaltenen Gesundheitsangebote. Und schließlich bemerken die Gäste die Wirksamkeit des Medical Wellness-Aufenthaltes eventuell sogar an einer Verbesserung der Laborwerte.

4. Die Nachfrager von Medical Wellness

Das Thema Gesundheit gilt als gesellschaftlicher Megatrend. Immer mehr Menschen sehen die Notwendigkeit der Eigenverantwortung für Gesundheit und den eigenen Körper. Alles Anzeichen für einen langfristigen und nachhaltigen Markttrend von dem Unternehmer im Feld von Medical Wellness und Gesundheitsurlaub nur profitieren können. Tatsächlich sind die Wachstumsraten des Nachfragemarkts beachtlich, wie unzählige Marktforschungsstudien belegen. Nur wächst der Markt auf Nachfrageseite scheinbar langsamer als auf Anbieterseite – eine Herausforderung für die Unternehmer, sich durch klare Konzepte zu positionieren.

Eine repräsentative Erhebung des Münchner Institutes für Freizeitwirtschaft von 2007 zeigt, dass in Deutschland ein latentes Interessentenpotenzial für Gesundheitsurlaub von rund 29 Mio. Menschen vorhanden ist. Das ist knapp die Hälfte der deutschen Erwachsenen. Die Zahl der Interessenten, die die feste Absicht haben die eine oder andere Form von Gesundheitsurlaub zu verbringen, wuchs von 4,1 Mio. in 2002 auf 7,2 Mio. in 2007 – eine Zunahme von 76 Prozent!

Dabei steigt das Interesse an den unterschiedlichen Arten eines Gesundheitsurlaubs höchst unterschiedlich:

Gesundheitsurlaub / Health Care	+ 119 %
Anti-Aging-Urlaub	+ 366 %
Medical Wellness	+ 157 %
Passive Wellness	+ 4 %
Beauty-Urlaub	+ 124 %

Deutlich zeigt sich an diesen Wachstumsraten der Trend zu gesundheitsorientierten, medizinisch fundierten Angeboten und weg von „passiver Wellness“, also reinen Wohlfühlprogrammen.

Die Studienautoren haben auch jene Faktoren identifiziert, die sich auf die Entwicklung im Gesundheitstourismus begünstigend auswirken. Das steigende Bildungsniveau und die Entwicklung zur Informationsgesellschaft lassen die Menschen verstärkt über ihre Gesundheit nachdenken und erhöhen das Wissen um gesundheitsförderndes Verhalten. Der Rückzug der Krankenkassen in vielen Bereichen drängt die Gesundheit vermehrt in die Eigenverantwortung jedes Einzelnen. Die steigenden beruflichen Anforderungen der Leistungsgesellschaft, verbunden mit der steigenden Lebenserwartung lassen ein Bedürfnis nach Gesundheitsvorsorge entstehen und das wachsende Angebot fördert die Neugierde der Menschen. Zuletzt führt die abnehmende Zahl der Kinder dazu, dass die Menschen mehr Zeit und Geld für sich selbst haben.

Im Gegensatz zu den Wellness-, Verwöhn- und Beauty-Urlaube, die eine Domäne der Frauen sind, liegen im Medical Wellness- und Gesundheitstourismus die beiden Geschlechter beinahe gleichauf. Auch das Altersprofil verjüngt sich im Medical Wellness-Sektor deutlich – immer mehr wird Gesundheit zum Thema in allen Altersstufen.

Während Beauty- und Wellness-Aufenthalte in der Regel nur drei bis vier Tage dauern, ist die Aufenthaltsdauer bei Medical Wellness- und Gesundheitsurlauben mit ein bis zwei Wochen deutlich länger. In dieser Zeit wollen die Gäste neben einer Verbesserung des Wohlfühlens und einer nachhaltigen Entspannung vor allem Empfehlungen für eine gesundheitsbewusste Lebensführung, die sie dann auch zu Hause umsetzen können.

Die Informationen zu Medical Wellness-Angeboten holen sich die Gäste überwiegend aus dem Internet bzw. spielt die Mund-Propaganda von Bekannten eine große Rolle. Auch Beiträge in Zeitungen werden mit großem Interesse verfolgt.