

Tipps für  
erfolgreiche  
Angebote

## Passt Medical Wellness in Ihr Spa-Konzept?

*Medical Wellness Angebote sind gefragt. Kein Wunder, denn wo sonst lässt sich besser etwas für die Gesundheit und das Wohlbefinden tun als in der entspannten Atmosphäre eines Wellness- oder Spa-Bereichs. Doch das Angebot muss stimmen und die Gäste müssen sich in besten Händen wissen.*

DR. ANNETT HÄRTEL

Wer in seinem Hotel auf Medical Wellness setzen möchte, sollte dabei die verschiedenen Zielgruppen mittels vielfältigen Angeboten unterschiedlich ansprechen. Feriengäste und Großfamilien beispielsweise nutzen die Gelegenheit für Vorsorgeuntersuchungen. Eltern möchten sich in Ruhe mit ihren Kindern beraten lassen und Gäste, die den weißen Kittel eher fürchten, werden in einer entspannten Atmosphäre mutiger und verwirklichen doch mal die Idee, sich medizinisch zu informieren. Rüstige Senioren fühlen sich sicherer, wenn ein Arzt auch für kleine Nöte zu Rate gezogen werden kann. Seminarteilnehmer sind froh in der Nachmittagspause schnell ihre mimischen Falten mit einer Botoxbehandlung entspannen zu lassen, da sie meist aufgrund von vielen Dienstreisen Probleme mit Behandlungsterminen haben.

### Länderspezifische Vorlieben

Mit den Segmenten ästhetisch plastische Chirurgie, Präventivmedizin und Kosmetik muss sich ein Anbieter von Medical Wellness an die länderspezifischen Vorlieben

der Gäste anpassen. Unterschiedliche Herkunft heißt auch verschiedene Wünsche. Bei den Hotelgästen der Tschuggen Hotel Group beispielsweise sind einige länderspezifischen Präferenzen erkennbar. So hat die Mesotherapie, also die Injektion von Vitaminen und Medikamentenextrakten in die obersten Hautschichten, in Frankreich eine lange Tradition und wird von den französischen Gästen gezielt verlangt. Russische Gäste sind neuen Therapiemethoden gegenüber aufgeschlossen und lassen sich zu den modernsten Verfahren wie Genanalysen beraten. Sie möchten häufig auch zu medizinischen Spezialisten vermittelt werden. Die deutschen Gäste sind tendenziell eher an Naturheilverfahren und asiatischen Therapiemethoden interessiert. Amerikanische Gäste wiederum gehen sehr offen mit ihren Wünschen zu Schönheitskorrekturen um und haben häufig ein anderes Schönheitsideal, als das in Nordeuropa oder der Schweiz gelebt. Die ästhetische Behandlung der internationalen Gäste setzt ein großes kulturelles Verständnis und internationale Erfahrung voraus. Eine ständige Weiterbildung des medizinischen Personals auf internationalen

Dr. Annett Härtel ist Fachärztin für Dermatologie und Venerologie, Phlebologie, Lasermedizin, Akupunktur, Naturheilverfahren, ästhetische Medizin sowie Präventivmedizin. Als ärztliche Leiterin der Somamedica AG, Küsnacht (Schweiz), betreut sie das Medical Wellness Angebot im Tschuggen Grand Hotel im Schweizer Ferienort Arosa. **Kontakt:** [praxis@somamedica.ch](mailto:praxis@somamedica.ch)



Kongressen ist unbedingt erforderlich. Es ermöglicht das Behandlungsangebot entsprechend den nationalen Vorlieben und Trends anzupassen.

#### Arzt und Kosmetikerin kooperieren

Kooperationen zwischen Medizin, Chirurgie, Arzt und Kosmetik sind gewünscht. Moderne Anti-Aging Methoden und Cosmeceutical-Produkte können nach entsprechender Schulung, zum Beispiel bei Peelings zur Behandlung von Pigmentflecken mit Cosmelan (Anwendung der Kur durch eine Kosmetikerin) und Dermamelan (Anwendung des gleichen Prinzips durch den Arzt), von Arzt oder Kosmetikerin ausgeführt werden. Oft reicht es, wenn der Arzt die Diagnose stellt und einen Behandlungsvorschlag macht. Gute Ergebnisse lassen sich auch mit Kombinationstherapien erreichen. Byonik, eine schmerzfreie Behandlung der Haut mit Laserlicht und Hyaluronsäure, führt zu einer sofort sichtbaren Verbesserung der Hautstruktur und ist eine ideale Wellnessbehandlung. Auch die apparativen Methoden werden immer schonender und können in den Spa-Bereichen angeboten werden. Neu ist die schmerzfreie Reduktion des Unterhautfettgewebes mit niederfrequentem Ultraschall. Bei neu eingeführten Behandlungsmethoden schätzen es die Gäste sich über Alternativen und Möglichkeiten bei einem Arzt beraten zu lassen. Die Behandlung kann danach von einem Assistenten ausgeführt werden.

Anzeige: Hypoxi  
1/3, H, 4c, A

#### Stilvolle, dezente Gästeansprache

Medical Wellness ist eher im gehobenen Preissegment angesiedelt. Die Gästeklientel ist einen dementsprechenden Umgang gewöhnt. Eine dezente Ansprache und professionelles Marketing sind Voraussetzungen, damit sich die Gäste im Vorfeld oder auch spontan im Haus für die Dienstleistung interessieren. So erhalten die Gäste bereits bei der Buchung Informationen zu den Möglichkeiten und können im Vorfeld als auch vor Ort, wenn sie die Ärzte und das Haus kennen gelernt haben, eine Behandlung buchen. Findet eine Beratung statt, dann entscheiden sich die Gäste in der Regel schnell. Mehrere Beratungen im Vorfeld stehen bei den präventivmedizinischen Maßnahmen an.

Für die Betreibermodelle ist es wichtig, das Behandlungsspektrum so zu gestalten, dass für die Gäste und die Mitarbeiter eine klare Trennung zwischen Angeboten ohne bzw. mit Arzt besteht. Entsprechend der Gesetzgebung als auch versicherungstechnisch kann nur ein Arzt selbständig die volle Haftung für seine Behandlung tragen und entscheiden, welche Therapien unter den entsprechenden zeitlichen wie räumlichen Gegebenheiten angeboten und ausgeführt werden können. So ist es für ein Hotel, eine Therme oder ein Spa denkbar an einen Arzt geeignete Räumlichkeiten zu vermieten und in Absprache Termine für den Arzt und die Gäste zu koordinieren. Das ist eine optimale Lösung für alle. ■