

Medical Wellness

Und was bieten Sie Ihren Patienten an?



Helmuth C. Roider

In Ihrer Praxis ist Medical Wellness heute vielleicht noch kein Thema. Hotels, Kliniken und möglicherweise auch Ihre Patienten sehen das allerdings ganz anders. Sind Sie fit für den Wellnessmarkt?

➔ Der erste deutsche Medical-Wellness-Kongress fand am 24./25. Januar 2007 unter dem Titel „Gesundheitsförderung und Qualitätssicherung“ statt. Unter den rund 180 Teilnehmern waren viele Verbandsfunktionäre aus dem Tourismus- oder Bäderbereich. Viele Qualitätsmanagement- und andere Berater waren gekommen, auch Klinikangestellte hatten sich angemeldet. Nur niedergelassene Ärzte waren absolute Mangelware, deren Interesse an Medical Wellness hielt sich offenbar in engen Grenzen. Der wahre Bär tobte eine Halle weiter, auf der Publikumsmesse „Wellness Plus“: Die Endkunden drängten sich an Ständen mit Informationen über Gesundheitsurlaub, Nahrungs- und Nahrungsergänzungsmittel oder Kompaktkuren. Da wurden die neuesten Fitnessgeräte ausprobiert, Prospekte eingesammelt und Kosmetika getestet. Klares Fazit: Das Interesse an Wellness ist da.

Checkliste

Wieviel Potenzial steckt in Ihrer Praxis?

- Gibt es in Ihrer Umgebung eine spürbare touristische Nachfrage, von der Sie mit Medical-Wellness-Angeboten profitieren können?
- Gibt es ein Wellnesshotel in Ihrer Nähe, dessen Angebote Sie sinnvoll ergänzen könnten?
- Was unterscheidet Ihre Praxis heute schon positiv von anderen Praxen?
- Welche Besonderheiten könnten Sie Ihren Patienten und Kunden zukünftig noch bieten?
- Würde ein Zertifikat „Medical Wellness Praxis“ bei Ihren Patienten und Kunden Eindruck machen und/oder die Nachfrage erhöhen?
- Gibt es Kooperationspartner unter den ärztlichen Kollegen vor Ort?
- Gibt es potenzielle nicht-ärztliche Kooperationspartner (z.B. Physiotherapeuten, Sportstudios)?

Allerdings strömen die an Medical Wellness interessierten Kunden nicht umstandslos in die Arztpraxis. Ärzte sind nun mal für Krankheiten und Krankschreibungen, für Rezepte und Kuranträge da. In der Arztpraxis erwartet man keine Wellnessangebote. Die Kunden gehen stattdessen lieber nach Obersdorf oder Usedom, dorthin, wo die Hotels Wellness als Wettbewerbsfaktor entdeckt haben.

Das Kaiser Spa Hotel zur Post bietet den Gästen neben Entspannung im Salzwasser-Schwebbad und Sauerstoffkuren auch Vitalitäts-Checks an, die auf Wunsch auch von einem Arzt ausgewertet werden. Getestet werden die körperliche Leistungsfähigkeit, die ernährungsphysiologische Situation, die Sinnesfunktionen (Hör- und Sehtest), Koordinations-, Konzentrations- und Motivationsfähigkeiten sowie die Belastung durch Alltagsstress und persönliches Stressmanagement. Alles kein Hexenwerk, oder?

Was ist eigentlich Medical Wellness?

Wohlbefinden, Verwöhnen, Verschönerung oder die Steigerung von Genuss und Gesundheit – all das wird unter Wellness verstanden. Und Medical Wellness? Auf dem ersten deutschen Medical-Wellness-Kongress wurde darüber ausgiebig diskutiert. „Prävention mit Genuss“ lautet eine der Antworten, die mir gut gefällt. Aber auch Vitalisierung und Entspannung gehören mit Sicherheit dazu.

Je mehr Leistungen aus dem GKV-Angebot ausgegrenzt werden, desto klarer wird es jedem Verbraucher, dass Gesundheit und Wohlbefinden nicht einfach „auf Chipkarte“ gehen. Wer Vorsorge treffen will, tut das auf eigene Rechnung. Und wer sein Wohlbefinden verbessern, sich entspannen oder verschönern will, darf nicht mit dem wirklich Kranken in einen GKV-Topf geworfen werden!

Ein ganz wichtiger Bestandteil der Medical Wellness scheint mir Risikomanagement zu sein: Die Gewichtsreduktion, das Nichtrauchen, die gesunde Ernährung oder ein altersangepasster Lebensstil. Medical Wellness ist damit ein wesentlich aktiveres Programm als das eher passive „Wellnessen“ vorzugsweise auf der Massageliege.

Überzeugungsarbeit, Seminar- und Beratungsangebote gehören hierher. Wenn Sie allerdings beim Stichwort „Lebensstiländerung“ nur an frustrierende Patientenschulungen inner-

halb der Disease-Management-Programme denken, haben Sie den wichtigsten Aspekt von Medical Wellness nicht erkannt. Wohlfühlen soll sich der Kunde, auch im psychosozialen Bereich: Stressbewältigung und Entspannung gehören eng zusammen. Angesichts immer mehr Burn-out-Patienten ist es auch volkswirtschaftlich gesehen von Nutzen, wenn wir alle wieder lernen, unser Leben ins Gleichgewicht zu bringen. Medical Wellness bedeutet auch, dass Kunden bei Ihnen wertvolle Kunden und nicht wie störende Hypochonder behandelt werden. Professionelle Informations- und Verkaufsgespräche stehen plötzlich auf der Tagesordnung – für Ihre Arzthelferinnen ist das möglicherweise eine ziemlich massive Umstellung! Weiterbildungen im Wellnesssektor werden von etlichen Firmen angeboten. Vielleicht reicht aber auch schon ein gemeinsamer Besuch im nächsten Vitalzentrum, um auf die Wichtigkeit des Dienstleistungscharakters hinzuweisen.

Medical Wellness funktioniert nicht nur im Urlaub!

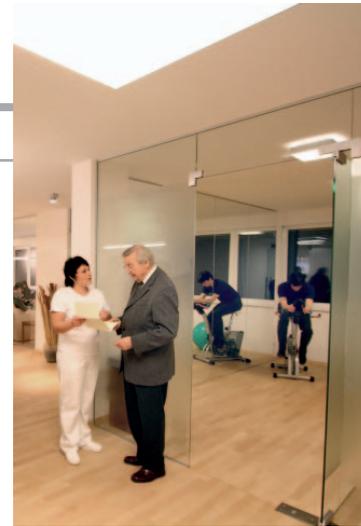
Glücklicherweise kann und will nicht jeder nach Usedom oder Rügen, an den Tegernsee oder gar nach Thailand fahren, um sein Wohlbefinden zu steigern. Nichtsdestotrotz haben regionale Anbieter hier einen echten konzeptionellen Nachholbedarf. Dabei gibt es ebenso gute Argumente für die ambulante Medical-Wellness-Maßnahme wie für die ambulante Reha: Wohnortnahe Anbieter können sich durch die Nachhaltigkeit ihrer Angebote profilieren. Der Arzt als Gesundheits-Coach ist ein schönes Schlagwort, aber das beste Urlaubs-Coaching verpufft, wenn der Coach in einem weit entfernten Ostseehotel sitzt! Medical Wellness gehört zum Alltag, daher muss es auch innerhalb der Alltagswelt vermittelbar sein: Nur so können Lebensstiländerungen wie Entspannungstrainings oder Ernährungsumstellungen langfristig wirksam werden.

Es gibt Pro- und Contra-Argumente für die Zusammenarbeit zwischen Arzt und Hotel. Wichtig ist in erster Linie, dass Sie sich nicht unter Wert verkaufen. Erst eine ärztliche Anamnese ist in der Lage, normale Wellnessangebote deutlich aufzuwerten: Medical Wellness!

Haben Sie passende Zielgruppen?

Medical Wellness muss sich nicht zwingend mit Prävention, Schönheit und jugendlicher Vitalität beschäftigen. Gerade ältere und chronisch kranke Patienten sind eine dankbare Zielgruppe. Wenn die Kinder aus dem Haus sind und das

Als Hausarzt können Sie Ihren Kunden regelmäßige Betreuung und Unterstützung bieten.



Berufsleben zu Ende geht, hat manch einer die Möglichkeit, mehr an sich und seine eigenen Bedürfnisse zu denken. Haben Sie dieser Zielgruppe etwas anzubieten?

Heute gilt es nicht mehr als selbstverständlich, dass man mit 75 aussieht und sich fühlt wie ein Greis. Ein sportlich-aktives Leben auch im Ruhestand, geistige Flexibilität und körperliche Vitalität – an diesen Werten kommt in unserer Gesellschaft kaum jemand vorbei. Vielen Menschen im fortgeschrittenen Alter ist sehr bewusst, wie wichtig ihnen die Erhaltung ihrer Selbstständigkeit ist – und dass sie selbst etwas dafür tun müssen.

Es gibt viele weitere Zielgruppen: gestresste Manager, ausgebrannte Lehrer, genervte Frauen mittleren Alters. Wichtig ist in erster Linie, dass Sie sich und Ihrem Konzept treu bleiben!

Marketing ist das A und O

Erarbeiten Sie sich selbst ein stimmiges Konzept, das zu Ihnen und Ihrem Team, aber auch zu den Räumlichkeiten passt. Und dann prüfen Sie es, am besten gemeinsam mit einem Freund, der ausreichend Abstand hat. Ist der Dienstleistungsgedanke durchgehend sichtbar? Vermittelt die Atmosphäre gleichzeitig Kompetenz und Kundenorientierung?

Ob das Marketing sich gelohnt hat, merken Sie an der steigenden Nachfrage. Und daran, dass Sie plötzlich immer mehr Kontakte zu Menschen haben, die sich ebenfalls mit Medical Wellness befassen. Wenn Ihre Patienten und Kunden bei den Stichworten „Gesundheitskompetenz“ und „Wellness“ spontan an Sie denken müssen – dann passt es!

Ihr
Helmuth C. Roeder

Typische Wellnessangebote in einer Arztpraxis

- aktives Altern
- Antifaltenakupunktur
- Applied Kinesiology
- Ayurveda
- Burn-out-Prophylaxe
- Check-ups
- Darmsanierung
- Entspannungstraining
- Ernährungsberatung
- Fastenberatung
- Fitness-Check
- Gesundheitskompetenz
- Heilhypnose
- Immunstimulierung
- Klangmassage
- Kneipp-Anwendungen
- Komplementärmedizin
- Kopfschmerzprophylaxe
- Nordic-Walking-Training
- Osteopathie
- Raucherentwöhnung
- Risikoprofil
- Sauerstoff-Mehrschritt-Therapie
- Schlafberatung
- sportmedizinische Beratung
- Traditionelle Chinesische Medizin
- Trauerberatung
- Vitalitätsdiagnostik
- Vitaminkur
- Wohlfühlakupunktur