

Medical Wellness: Wohlsein für Wohlhabende

Historisch gewachsene Kurtraditionen treffen auf Innovationskraft im Gesundheitsmarkt: Medical Wellness boomt und bringt ein spezielles Gästesegment in Schweizer Hotels.

VON VERA SOHMER – 20.10.2015



Zukunftsmarkt: Medical Wellness macht Furore. Illustration: Bianca Litscher

Passagiere auf dem Dampfschiff «Unterwalden» zeigen mit bedeutungsschwerer Miene nach oben, wenn sie am Fuss des Bürgenstocks vorbeiziehen. Lange Zeit ging hier gar nichts. Der einst mondäne Hotelberg verkam zum Sanierungsfall, in den keiner mehr investieren wollte. Doch jetzt zeichnet sich eine glänzende Zukunft ab: Baukran an Baukran schimmert im goldenen Abendlicht. Die drahtigen Riesen ragen stolz in den Himmel und künden davon, dass hier nicht gekleckert wird.

Eine halbe Milliarde Franken investiert das Emirat Katar in das gigantische Tourismusprojekt, das seine Pforten 2017 öffnen wird. Herzstück ist das vom Stararchitekten Matteo Thun entworfene

Waldhotel mit 160 Zimmern und integriertem, 10'000 Quadratmeter grossem Spa-Bereich.

Mehr als ein Hotel

Das Haus will mehr sein als ein Hotel mit luxuriöser Schwimmanlage in traumhafter Umgebung. Es wird sich um das Wohlergehen seiner Gäste kümmern, und zwar umfassend. Körper, Geist und Seele sollen hier nach neuesten Erkenntnissen genesen. Ein interdisziplinäres Team aus Ärzten und Therapeuten bietet Check-ups mit modernsten Diagnoseverfahren, verbessert Gelenkigkeit und Ausdauer seiner Klientel, hilft beim Muskelaufbau, bei der Gewichtsreduktion, der Ernährungsumstellung. Und dabei, insgesamt wieder ins Gleichgewicht zu kommen.

Analysiert werden auf Wunsch Lebens- und Arbeitsumgebung, es gibt Beratung für eine bessere Work-Life-Balance. Gestresste können mit ihrem persönlichen Coach reflektieren und regenerieren – auf dass sie nicht wieder in ein Burn-out rutschen. Und weil heute gutes Aussehen zum positiven Lebensgefühl gehört, lässt sich auch optisch einiges optimieren. Behandlungen für straffere Haut oder schönere Zähne gehören ins Angebotspaket unter dem Stichwort «Well-Aging».

Megatrend Medical Wellness

Das neue Luxusresort greift damit einen Megatrend auf: Medical Wellness – Gesundheitsförderung und Krankheitsprävention unter Anleitung und Aufsicht von Ärzten und medizinischem Fachpersonal. Dies aber nicht in sterilen Kliniken oder altbackenen Kurhäusern, sondern in edlen Unterkünften an attraktiven Destinationen – zum Beispiel dort, wo den Gästen der Vierwaldstättersee zu Füssen liegt.

Dabei werden Patienten und Rekonvaleszente nicht nur gehätschelt. Sie sollen auch lernen, was sie selbst tun können, um gesünder zu leben und fit zu bleiben. Dazu steht ihnen unter einem Dach geballtes medizinisches und komplementärmedizinisches Fachwissen zur Verfügung. Wer im Medical-Wellness-Hotel logiert, soll die optimale Unterstützung fürs eigene Gesundheitsmanagement bekommen.

Markt mit Potenzial

Das Konzept dürfte aufgehen, schätzt Roland Lyman, Dozent am Institut für Tourismuswirtschaft an der Hochschule Luzern. Weil es den Nerv der Menschen trifft. Sie werden älter und sehen sich in der Arbeitswelt zunehmenden Belastungen ausgesetzt. Gleichzeitig wächst ihr Bewusstsein fürs eigene Wohlbefinden und dafür, in die Gesundheit zu investieren. Diese wird heute nicht mehr nur als Abwesenheit von Krankheit definiert, sondern steht für Energie und Vitalität. Körperliche Leistungsfähigkeit ist dabei genauso wichtig wie ein attraktives Äusseres.

Vor diesem Hintergrund hat sich neben dem Markt für Heilung – mit Spitälern und der Pharmaindustrie – ein zweiter Gesundheitsmarkt mit stark nachgefragten Dienstleistungen und Produkten etabliert: Functional Food gehört ebenso dazu wie plastische Chirurgie und eine ganze Palette an Fitness- und Wellnessangeboten. Laut Lyman ein dynamisches Feld mit grosser

Innovationskraft.

Negative Erwartungen kompensieren

Fest steht: Der Gesundheitstourismus birgt ein grosses Potenzial. «Langfristig darf mit einer steigenden Nachfrage gerechnet werden», so Lyman. Bei Hoteliers keimt denn auch die Hoffnung auf, mit der neuen Klientel die ansonsten negativen Erwartungen bei den Gästezahlen zu kompensieren. Eine aktuelle Branchenbefragung des Beratungsunternehmens Deloitte unter 32 Hotelbetrieben bestätigt: Nur ein Viertel konnte im vergangenen Jahr die Erwartungen bei Umsatz und Gästezahlen übertreffen. 80 Prozent der Hoteliers sehen eine schlechte Entwicklung für die nächsten zwei bis drei Jahre.

Sich künftig auf Reha- oder Burn-out-Patienten auszurichten, können sich die Eigentümer oder Manager der Häuser deshalb gut vorstellen. Oder sich auf Reisende zu konzentrieren, die eine Schönheitsoperation planen oder sich einem Gesundheitscheck unterziehen wollen. Ein Teil der Befragten investiert bereits in die Infrastruktur. Als grösste Herausforderungen sehen sie Hygienevorschriften sowie den Fachkräftemangel. Letzteren wertet auch Tourismus-Dozent Lyman als wesentlichen Punkt: Kompetentes und engagiertes Personal wird mit darüber entscheiden, welche Medical-Wellness-Häuser erfolgreicher sein werden als andere.

Neue Kooperationen

Auch der Branchenverband Hotelleriesuisse hat auf den Trend reagiert und die neue Klassifikation des «Medical-Wellness-Hotels» eingeführt. Der Verband sieht ein Potenzial für rund 150 Betriebe, auch wenn diese sich zum Teil nur mit einem kleinen Angebot am Markt positionieren werden. «Im Moment sind rund ein Dutzend Spezialisierungsanfragen hängig», sagt Daniel Beerli, bei Hotelleriesuisse für die Klassifikation zuständig.

Wichtiger Punkt dabei ist die Zusammenarbeit mit Kliniken. Immer mehr Hotels beherbergen Patienten, die in ambulanter oder stationärer Behandlung sind. Erfolgreiche Beispiele für solche Kooperationen gibt es bereits. Das Hotel Hof Weissbad im Appenzellerland gehört dazu. Es betreibt ein eigenes Privatspital mit 20 Betten und hat sich auf die Nachbehandlung und Rehabilitation bei Verletzungen oder Erschöpfungszuständen spezialisiert.

Neue Wege geht das Universitätsspital Lausanne. Es eröffnet im nächsten Jahr ein Dreisternhotel mit 115 Zimmern. Gedacht ist es für Patienten, die nicht viel Pflege benötigen, sowie deren Angehörige. Neue Gästegruppen erhofft man sich von einem geplanten Gesundheitshotel samt Neubau der Klinik Gut auch in St. Moritz. Das Viersternhotel mit 129 Zimmern und sieben Suiten ist auf Gesundheit, Rehabilitation, Wellness und Wellbeing ausgerichtet. «Es entspricht den Bedürfnissen der Region, die seit 2008 mehr als 1400 Hotelbetten verloren hat», heisst es in einer Mitteilung. Ob das Projekt realisiert wird, darüber entscheidet das Stimmvolk am 18. Oktober.

Gesundheitstouristen im Fokus

Obschon sich die neuen Gesundheitsangebote nicht nur an ausländische Gäste richten, sind

diese eine wichtige Zielgruppe. Schon heute kommen jedes Jahr schätzungsweise 30 000 Personen aus dem Ausland für medizinische Behandlungen in die Schweiz – und geben mehr als eine Milliarde Franken für ihre Behandlungen aus. So interessieren sich insbesondere Gäste aus China oder den Golfstaaten für Schönheitseingriffe. Jeder zehnte russische Gesundheitstourist lässt sich bereits in der Schweiz behandeln. Und oft kommen die Gäste nicht alleine, sondern bringen ihre Familien mit, die gerne für längere Zeit in Vier- oder Fünfsterhotels übernachten.

Mit dem Aufenthalt von Medizintouristen und deren Angehörigen werden heute schon drei bis fünf Milliarden Franken erwirtschaftet. Private Marketingorganisationen wie Swiss Health vermarkten das Schweizer Gesundheitswesen inzwischen gezielt im Ausland, primär in Russland und den Golfstaaten. Der Organisation gehören 23 Spitäler, Medizinzentren oder Rehakliniken an.

Schweiz mit guten Argumenten

Sie werfen dabei Argumente in die Waagschale, die offenbar ziehen und die auch eine Studie vom Gottlieb Duttweiler Institute als wichtige Pluspunkte wertet. Die Schweiz bietet Spitzenmedizin, erstklassige Behandlungsmöglichkeiten, Diskretion, Zuverlässigkeit, politische Sicherheit und eine ausgezeichnete Verkehrsanbindung. Gute Voraussetzungen also, um eine der führenden Gesundheitsdestinationen zu werden. Und den Umsatz im Medizintourismus von heute rund 850 Millionen auf rund eine Milliarde Franken zu steigern.

Nicht zuletzt verfügt die Schweiz bereits über eine gute Tourismusinfrastruktur und eine lange Kur- und Bädertradition. Wer seine Angebote geschickt vermarktet, besinnt sich auf Traditionelles, zumal Kneipp-Medizin, Naturheilkunde oder Homöopathie bei den Gästen zunehmend gefragt sind, wie Tourismus-Dozent Lyman erläutern. Entscheidend sei, altmodische Anwendungen vom «Mief» zu befreien und zeitgemässe Angebote für neue Zielgruppen zu schaffen. «Man muss die Kur neu erfinden.»

Entschlacken mit Panoramablick

Wie das geht, zeigt ein Blick ins Hotel Hof Weissbad. Dort entschlacken angespannte, gereizte oder müde Menschen nach den Grundsätzen des Naturarztes Franz Xaver Mayr. Früher gab es bei ihm in erster Linie Milch und Semmeln. Heute können sich Gäste nach einem ausgeklügelten Diätplan ernähren und eine ganze Reihe von Behandlungen in Anspruch nehmen – Lymphdrainagen, Fussreflexzonen-Massagen, Ganzkörper-Meerschlammpackungen.

Die Intensivkur mit 19 Übernachtungen im Einzelzimmer kostet rund 7500 Franken. Die durchgestylte Unterkunft mit Blick auf das imposante Alpstein-Panorama lässt einen fast vergessen, dass man eigentlich als Patient da ist.