

Angebot

zur Erarbeitung eines medizinischen Konzeptes für ein Gesundheitsresort/ Hotel

Es stellt eine besondere Herausforderung dar, auf dem immer undurchsichtiger werdenden Markt der Wellness- und Medical Wellness-Szene eine herausragende Position zu erlangen. Dafür rentiert sich ein professioneller Auftritt, ein qualitativ fundiertes und seriöses Angebot, gerade in einer Zeit, in der der 6. Kondratieff Zyklus (Gesundheit, Bildung) zum Tragen kommt. Jener, der sich als erster damit positioniert, hat einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil gegenüber den vielen Trittbrettfahrern die folgen werden.

Reine Wellness taugt heute nicht mehr zur Erlangung eines USPs. Die Kunst besteht darin, medizinische Kompetenz mit perfekter Dienstleistung, Wohlfühlen und Urlaubsatmosphäre zu verbinden. Wellness vereint sich mit therapeutischer Wirkung, Naturheilkunde vereint sich mit universitärer Medizin, Hotel vereint sich mit diagnostischen und therapeutischen Angeboten. Das alles muss mit einer gewissen Leichtigkeit, einer beeindruckenden Ästhetik und größtmöglicher Individualität für jeden Gast geboten werden.

Entscheidend sind ein logisches Konzept, welches sowohl der Gast als auch der Mitarbeiter versteht, reibungslose Abläufe, und eine schnell eintretende spürbare gesundheitsfördernde Wirkung aller Anwendungen, da die Aufenthaltsdauer der Gäste kürzer ist als bei klassischen Kuren.

Jene Gäste, die bereit sind, selbst in ihre Gesundheit und Gesunderhaltung zu investieren, haben hohe Ansprüche und suchen nur erste Qualität. Sie sind anspruchsvolle aber dafür treue Stammgäste, wenn sie zufrieden sind.

Um eine erfolgreiche Einführung des ganzheitlichen Gesundheitsangebotes zu gewährleisten, wird ein auf das Haus spezifisch zugeschnittenes Konzept benötigt.

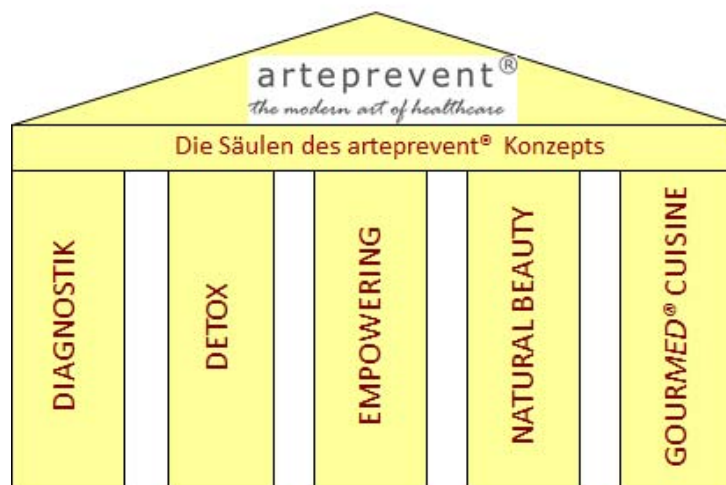
arteprevent[®]

the modern art of healthcare

ist das optimale Konzept für diese neue Art der Gesundheitshotellerie.

Das artepprevent[®] Konzept wird individuell an die Bedürfnisse und Spezifika des jeweiligen Hauses angepasst. Auch die Intensität der medizinischen Leistungen kann an die Gegebenheiten, die Intentionen des Betreibers und die Fähigkeiten der Therapeuten angepasst werden. Entscheidend ist, ob überhaupt und wie viele Ärzte angestellt sein werden.

Die Hauptsäulen des artepprevent[®] Konzepts sind:



Die Ziele des Konzepts sind:

höchste Gästezufriedenheit bei optimaler Wirtschaftlichkeit.

folgende Projektierungspakete werden angeboten:

I.) Medizinisches Konzept:

- Analyse des Zielpublikums
- Analyse der Einzigartigkeiten der Region zur Erarbeitung eines USP's für die therapeutischen Angebote
- gesundheitliche Grundausrichtung
- Erarbeitung eines USP für das Haus
- Spezielle diagnostische und therapeutische Anwendungen
- Vernetzung der medizinischen Angebote mit Urlaubs- und Wellness- Atmosphäre
- Die Säulen des Konzepts mit genauer Erklärung ihrer Inhalte
- Spezielle Choreographien für Anwendungskombinationen (verkaufsfördernd !)
- Rezepturen für eigene Produkte (Nahrungsergänzungsmittel aus der orthomolekularen Medizin) und auf Wunsch Organisation der Herstellung mit eigenem Label (diese Produkte sind eine gute Einnahmequelle ohne nennenswertem Personalaufwand und eignen sich außerdem als von den Gästen erworbene Werbung für das Haus.
- Angebotspakete zur Vereinfachung der Buchbarkeit für den Gast
- Empfehlung für diverse Geräte, Einrichtungen und Produkte für die medical-Wellness- Abteilung
- Mitarbeiterbedarf für verschiedene Gästebelegungszahlen
- Stellenbeschreibung der medizinischen Mitarbeiter
- Diätetische Ausrichtung für das Restaurant

II.) **Raumkonzept:**

- Entwicklung von speziellen, dem Konzept entsprechenden Therapie- und Funktionsräumen.
- Genaue Beschreibung aller Räume der medizinischen Abteilung mit Beschreibung von Belüftungsanforderungen, Beheizung, Beleuchtung, Farbgestaltung (nach den Erkenntnissen der Farbpsychologie), Installation, Elektrik, Möbel, Schalldichtigkeitsanforderungen, Gerätebedarf pro Raum.
- Anordnung der Räume zu einander für einen optimalen Personal sparenden Organisationsablauf und eine gute Kommunikation.
- Nötige Raumgrößen
- Benötigte Anzahl der verschiedenen Räume in Bezug auf die Belegung des Hotels.
- Annähernde Kosten der benötigten medizinischen Möbel und Geräte.
- Spezielle Anforderungen an die Hotelzimmer für die optimale Beherbergung des Gesundheitsgastes

III.) **Betriebshandbuch mit folgenden Inhalten:**

- Alle Abläufe in der medizinischen Abteilung
- Gastanfrage,
- Buchungsbestätigung,
- Begrüßung im Haus,
- Die erste Untersuchung,
- Die ausführliche Beratung des Gastes,
- Terminplanung,
- Qualitätsmanagement,
- Die Durchführung aller medizinischen Anwendungen,
- Der allgemeine Gastumgang
- Beschwerdemanagement (besonders in Bezug auf medizinische Anwendungen),
- Kommunikation zwischen allen Therapeuten, Medizin und Hotel, Medizin und Küche,
- Beratung für optimale EDV Software

IV.) Unterstützung für Marketing und PR:

- PR Texte für die Presse und PR Agentur
- Texte für Flyer für betriebliche Gesundheitsvorsorge im Haus und somit für die Errichtung eines Netzwerkes mit Firmen.
- Texte für Gästeinformationsblätter zu gewissen Befunden, Beschwerden und Behandlungen.
- Unterstützung der Texterarbeitung für Homepage und Prospekt
- Preisempfehlungen für die verschiedenen Angebote

Es geht dabei vor allem um die Berücksichtigung der Tatsache, dass die Gäste vor ihrer Anreise nicht durch zu viel medizinische Information gestört werden wollen, aber dann vor Ort einen möglichst optimalen Benefit durch ihre Behandlungen erzielen wollen. Außerdem muss die medizinische Kompetenz so vermittelt werden, dass sie Lust auf einen Aufenthalt im Rahmen des jährlichen Urlaubsbudgets macht.

V.) Auswahl und Schulung der Mitarbeiter vor Ort:

2 Tage Hilfe bei der Endauswahl der medizinischen Mitarbeiter vor Ort.

12 Tage Schulung vor Eröffnung

12 Tage Schulung ab Eröffnung

2 x 6 Tage Schulung im ersten Halbjahr nach Eröffnung.

Diese Schulungen betreffen alle medizinischen Mitarbeiter, die Köche, das Service im Restaurant und die Mitarbeiter der Hotelrezeption (Empfang, Reservierung, Marketing, Direktor).

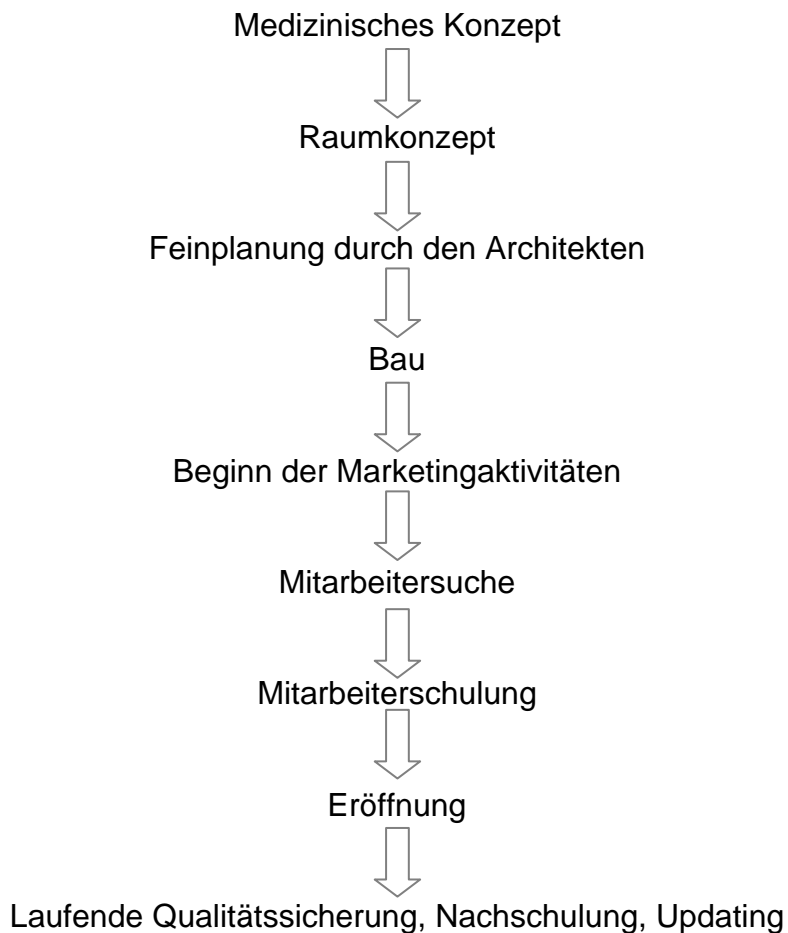
Ständige Erreichbarkeit per Telefon und E-Mail mit entsprechender Fernberatung während des ersten halben Jahres nach Eröffnung enthalten.

IV.) Franchising

Wenn die Markennamen „arteprevent[®]“ und „GourMED Cuisine[®]“ verwendet werden sollen, ist ein Franchisevertrag obligat.

Es zeigt sich immer wieder, dass das Raumkonzept sehr wesentlich zum Gelingen und ökonomischen Arbeiten beiträgt. Frei nach dem Grundsatz: „form follows function“ muss zuerst das medizinische Konzept stehen und darauf aufbauend das Raumkonzept erstellt werden.

Der Zeitplan sieht daher so aus:



Die Kooperation mit der artprevent health consulting GmbH mit ihrem Gesellschafter und Geschäftsführer Dr. med. Alex Witasek beinhaltet die Vorteile einer 25 jährigen Erfahrung im Bereich der privaten Gesundheitshotel Wirtschaft, eine gute Vernetzung mit Ärztegesellschaften, Forschungsverbänden und living projects.