»Kneipp® für mich«

Interview mit Detlef Jarosch, Geschäftsführer
des Europäischen Gesundheitszentrums für Naturheilverfahren
Sebastian Kneipp Institut

Herr Jarosch, Ihr Institut vergibt das Prüfsiegel »Medical Wellness Kneipp® für mich«. Was hat der Hotelier davon, wenn er sich von Ihnen zertifizieren lässt?
Also er hat vor allem Inhalte, die eine hohe Bekanntheit in der Bevölkerung haben. 93 Prozent der Menschen in Deutschland kennen Kneipp. Er verfügt über konkrete Programme, die auf den Gesundheitszustand des Gastes, seine Bestrebungen, Vorstellungen, Wünsche direkt abgestimmt sind. Es gibt zum Beispiel Programme zu den Themen Rückengelenke; Stressmanagement, Venentraining usw. – also all das, was diese Befindlichkeitsstörungen angeht.

Das ist ein Punkt. Ein zweiter Punkt ist der, dass er Marketingleistungen bekommt. Er hat Zugang zum Endkunden über Kooperationsmöglichkeiten mit den Kneipp-Werken, die jetzt als Super-Brand in Deutschland ausgezeichnet worden sind. Damit gehört Kneipp zu den 100 wichtigsten Marken schlechthin. Das heißt, es ist etwas da, was man in die Vermarktung geben kann. Und er hat drittens natürlich auch Schulungsangebote für sein Personal. Durch unsere Kooperation mit der Sebastian-Kneipp-Schule und der Sebastian-Kneipp-Akademie, wo akkreditierte Kurse existieren, kann der Hotelier aus einem breiten Spektrum wählen.

Und er hat viertens – und das ist vielleicht das Wichtigste dabei – mit Kneipp ein Alleinstellungsmerkmal, weil Kneipp ein eingetragenes Markenzeichen ist, das sich nicht jeder an die Tür kleben darf, sondern nur, wer entsprechend geprüft ist. Und wir haben europaweit die Lizenz diese Marke zu vergeben.

Ihre Zertifizierungen machen Sie selber?
Ja, wir führen die Erstprüfung selbst durch. Wir haben dann, wenn sie erfolgreich bestanden ist, nach einem Jahr einen Mystery-Check, für den wir Externe beauftragen. Aber die erste Prüfung machen wir auch deshalb selber, weil wir natürlich das Kneipp-Verständnis von A bis Z bei uns im Haus vertreten haben. Und weil wir unsere Partnerbetriebe wirklich als Partner verstehen und mit ihnen den Weg gemeinsam gehen wollen.

Wie weit ist die Zertifizierung mit anderen Audits vergleichbar?
Was die Basiszertifizierung angeht, besteht mit Sicherheit eine Übereinstimmung. Wir haben uns bewusst an dem orientiert, was die anderen Zertifizierungen auch anbieten. Unsere Zertifizierung ist auch DIN ISO 9001/2000 basiert. Wir können den Betrieben entsprechende Handreichungen – Stichwort Handbuch – geben, in denen die Prozesse durchstrukturiert sind. Wir bauen auf die Dehoga-Hotelkriterien auf und nutzen entsprechende Wellness-Standards. Ganz wichtig bei der Prüfung sind Infrastruktur und Personal – ganz klar! Aber sehr wichtig, und das wird meiner Meinung nach in einigen Basiszertifikaten nicht ausreichend abgedeckt – ist auch die Hardware.

Im Gegensatz zu manch anderen, sagen wir jedoch ganz deutlich, dass das was wir anbieten für Hotelier und Gast einen Zusatznutzen bringt, weil wir auch ganz konkrete Inhalte liefern.

Sind die Hotels denn an einer inhaltlichen Betreuung interessiert?
Ja. Die Fragen kommen immer mehr. Die Hotels wollen nicht die Plakette an der Tür und ein bischen Marketing sondern verstärkt eine inhaltliche Ausgestaltung. Die meisten Betriebe wissen, dass sie gut sind – aber was haben sie jetzt davon? Was heißt das inhaltlich? Was können sie ihren Kunden sagen, außer dass sie eine tolle Infrastruktur, hervorragend ausgebildetes Personal und wahrscheinlich die richtigen Anwendungen haben?

Auch den Verbrauchern geht es nicht um die Plakette. Sie nutzt den Kunden wenig. Bei uns rufen regelmäßig Endverbraucher an, die dann irgendeine Frage zum Thema haben. Und da merkt man sehr deutlich, was sie eigentlich wollen. Und sie wollen irgendeine Linie, an die sie sich halten können. Und ihnen ist eigentlich vollkommen egal ob da nun Wellness-Sterne oder -Kreise drauf sind – es muss einfach gut sein!

Und hier versuchen wir den Hoteliers Hilfestellung zu geben. Die Zertifizierung ist da nur ein Baustein unter vielen.

Wie erfährt der Gast von der speziellen Kompetenz und Qualität der von Ihnen geprüften Häuser?
Wir haben einen eigenen Internetauftritt, der schrittweise ausgebaut wird. Hier kann man erfahren, welche Häuser dabei sind. Wir werden darüber hinaus einen eigenen kleinen Katalog machen, den wir vor allem auf Messen verteilen wollen. Wir werden verstärkt auf Publikumsmessen präsent sein.

Wir sind jetzt gerade dabei unsere Internetseite so aufzubeuen, dass sie gegebenfalls als Buchungsplattform funktionieren kann. Das ist auch der Wunsch der Hoteliers. Denn die finden solche Konzepte zwar grundsätzlich gut, aber nur so gut, wie sie auch Gäste dafür bekommen.

In sofern ist ganz wichtig – und das sehe ich auch für das Zertifkat des Deutschen Medical Wellness Verbandes – das es gelingt, den Endverbraucher zu erreichen. Über ihn gewinnen wir den Hotelier.

Sie sind der Vorsitzende des bayerischen DMWV-Landesverbandes. Welches Rolle spielt der DMWV bei den Zertifizierungen?
Wir sind diejenigen, die Medical Wellness im Verbandsnamen tragen, also steht es uns auch an, hier eine gewisse Führungsrolle einzunehmen. Die Zertifizierung nach den Medical Wellness Quality System Standards unseres Verbandes verstehe ich als hervorragende Basis für alle an Medical Wellness Interessierten. Das steht gar nicht im Widerspruch zu der Kneipp-Zertifizierung. Diese sehe ich als gute inhaltliche Ergänzung bzw. Ausweis einer speziellen Medical Wellness-Kompetenz.

Aber wir müssen den Anspruch haben, dass in Deutschland das Medical Wellness-Gütesiegel das Basissiegel ist. Es muss uns gelingen unser Zertifikat so nach außen zu tragen, dass wir damit den Endkunden gewinnen.

Das es darüber hinaus noch ergänzende Dinge gibt, wo Spezifika herausgearbeitet werden, die zielgruppenspezifisch eine Ansprache ermöglichen, das schadet ja nicht.

Wenn ich richtig gezählt habe, kann sich ein deutsches Hotel heute zwölf Prüfsiegel an die Wand hängen – davon mindestens sechs für Medical Wellness …

Richtig. Das ist natürlich auf keinen Fall zielführend. Ich denke deshalb, dass es absolut sinnvoll wäre, Basiszertifizierungen zu haben und dann einfach ergänzende Spezialisierungen. Man muss sich an einen Tisch setzen und muss schauen, dass man in diesen Dschungel eine Orientierung hinbekommt.

Woran denken Sie?

Wir müssen meiner Meinung nach eine modulare Zertifizierung haben. Hier sind wir gar nicht so weit auseinander. Soll doch jeder zertifizieren, was er kann und wir erkennen das gegenseitig an.

Es gibt ja neben dem DMWV noch den Europäischen Heilbäderverband mit seinem »EuroSpa med«. Die haben ein sehr gutes Gütesiegel am Markt, was unseres – würde ich so sehen – komplett beinhaltet.

Die Frage ist: Was kann man da gemeinsam machen? Vielleicht kann man ja sagen, dass jemand, der nach »EuroSpa med« zertifiziert ist, die Möglichkeit hat – gegen Entrichung der Mitgliedsgebühr – unser Gütesiegel mitzutragen. Und umgekeht!

Die Voraussetzung wäre natürlich die gegenseitige Anerkennung der Kriterien und Prüfverfahren.

Unsere Ziel muss es in jedem Fall sein, dem Endverbraucher Orientierung zu geben und sein Vertrauen zu gewinnen.

Das setzt eine gewisse Marken-Bekanntheit voraus, die sicher bei Kneipp gegegeben ist. Wie bekannt ist die DMWV-Zertifizierung?

Ich denke, dass man mit Eggensberger ein ganz herausragendes Haus als Modellbetrieb bekommen hat und dass 2008 einige Betriebe nachziehen werden. In Mittelosteuropa sind wir inzwischen sehr erfolgreich.

Das generelle Problem der Zertifizierungen ist, dass die Hotels viel Geld zum Beispiel für eine ISO-Zertifizierung ausgeben und dann noch einmal etwas drauflegen sollen, damit ein anderer Zertifizierer das Gleiche noch einmal prüft. Solche Doppelprüfungen müssen wir vermeiden!

Wie soll das gelingen?

Es steht außer Frage, dass jeder Aufwand, der in den Häusern stattfindet, bezahlt werden muss. Eine Frage ist aber, ob so viel Aufwand notwendig ist, dass die Hotels wirklich mehrfach von den Gleichen geprüft werden oder mehrmals die gleichen Dinge von unterschiedlichen Leuten geprüft werden.

Ich denke, dass man sich hier über eine gegenseitige Anerkennung und auch noch einmal über die Gebühren Gedanken machen muss. Es ist absolut sinnvoll und notwendig hier eine Abstimmung zu finden.

Und wir vom Sebastian Kneipp Institut sind absolut offen dafür. Weil wir sagen: wir können ein Modul »Kneipp« an eine DMWV-Zertifizierung anhängen oder an ein EuroSpa med, wir können ein solches Modul durchaus auch den Wellness Hotels Deutschland als Spezifikum mitgegen oder wo auch immer anbinden.

Bei unserer Kneipp-für-mich Zertifizierung richten wir uns bereits heute sehr stark nach den Gegebenheiten der Häuser. Wenn zum Beispiel ein Haus eine ISO-Zertifizierung, die Anerkennung des Kneipp-Bundes, die Kneipp-Plakette, oder ein RAL-Gütezeichen o.ä. besitzt, dann berücksichtigen wir das natürlich in Aufwand und Preis!

Vielleicht sollte man weniger die Einrichtungen zertifizieren als einen gemeinsamen Katalog von typischen Medical Wellness-Leistungen herausgeben. Dann könnte jeder Gast selbst beurteilen wie gut Haus und Anwendung sind.

Ja – das finde ich gut – da würde ich mich jederzeit mit ransetzen. Wenn man eine solche Liste gemeinsam publiziert, hat man endlich etwas, was man seinen Kunden mitgeben kann! Jeder Hotelier kann dann selber auswählen und sagen: möchte ich jetzt Ayurveda machen oder Kneipp oder TCM oder einfach nur Basis-Thermalanwendungen. Und er kann nachlesen worauf er achten muss und wo es gefährlich wird. Das kann dann jeder spezifisch für sich entscheiden. So wie es für die Kur grundsätzlich diesen Katalog gibt, in dem alles klar definiert ist, so kann man das sicher auch für Medical Wellness machen!

Sogar unter der Berücksichtigung, dass grundsätzlich ja Medical-Leistungen steuerlich besser gestellt werden als Wellness-Leistungen.

Aber auch das setzt Zusammenarbeit voraus – vor allem, wenn wir immer mehr in einem europäischen Kontext agieren.

Wir brauchen eine Sitzung, bei der sich alle Beteiligten an einen Tisch zusammensetzen. Das ist auf der 3. Branchenkonferenz Gesundheitswirtschaft vor zwei Jahren schon einmal andiskutiert worden. Damals hatte sich der Tourismusverband bereiterklärt, die unterschiedlichen Gütesiegel zusammenzufassen und wenn möglich zu vereinheitlichen. Entscheidend ist, dass man sich dann auch über die Standards austauscht. Und da wird man sehr schnell sehen, dass die Grundkriterien überall die gleichen sind.

Das Gespräch führte Steffen Wilbrandt

Kontakt:
Europäisches Gesundheitszentrum für Naturheilverfahren,
Sebastian Kneipp Institut GmbH
Kneippstr. 2 · 86825 Bad Wörishofen
Tel.: 0 82 47 - 96 295-0 · Fax: 96 295-18
www.kneipp-institut.de