

Dr. med. Hans Jörg Schmeisser MBA

Öffentl. bestellter u. vereidigter Sachverständiger Wellness-Konzepte u. -Einrichtungen

**MEDIZIN+WELLNESS
CONSULTING**

Überblick

Wellness und Wellness & SPA

Zertifikate / Gütesiegel / Marketing-Zeichen

Deutschsprachiger Raum + EU

(Stand Januar 2010)

	Alpine Wellness Österreich, Verein		Bayern Tourismus Marketing GmbH: WellVital in Bayern
	Best Health Austria		Centrum für Reisemedizin GmbH
	Deutscher Heilbäderverband e.V.		Deutscher Medical Wellness Verband e.V
	Deutscher Wellness Verband		Europäischer Heilbäderverband
	Europäisches Prüfinstitut Wellness & SPA SCE		Relax Guide, Herausgeber: Christian Werner,
	Wellness Hotels Deutschland		Wellness-Stars Baden Württemberg

Vergabe-Institutionen

- Alpine Wellness - Gemeinsame Marketing-Marke von Bayern Tourismus Marketing GmbH, Verein Alpine Wellness Österreich, Schweiz Tourismus u. Südtirol Marketing Gesellschaft (www.alpinewellness.com)
- Wellvital - Bayern Tourismus Marketing GmbH, Bayerischer Heilbäderverband und Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband (www.wellvital.de)
- Best Health Austria - Tochtergesellschaft des österreichischen Gesundheitstourismus, einem Zusammenschluss von Kliniken, Reha-Einrichtungen, Kur- und Wellness-Hotels (www.besthealthaustria.com)
- Medical Wellness & Spa – Marketing-Marke des Centrums für Reisemedizin (CRM) Düsseldorf
- Wellness im Kurort - Deutscher Heilbäderverband e.V. – Dachorganisation Kur- und Heilbäder (www.deutscher-heilbaederverband.de)
- Deutscher Medical Wellness Verband e.V. (DMWV) -Interessenvertretung Medical Wellness (www.dmwv.de)
- Deutscher Wellness Verband e.V. (DWV) - Unabhängiger Ratgeber für Wellness-Genießer und Wellness-Anbieter (www.wellnessverband.de)
- Europäischer Heilbäderverband - Dachverband nationaler Heilbäderverbände (www.espa-ehv.com)
- Europäisches Prüfinstitut Wellness & SPA e.v. (EPWS); Non-Profit-Institut von Wellness-Sachverständigen (www.europespa-certification.com)
- Relax Guide & Magazin - Verlag Christian Werner (www.relax-guide.com)
- Wellness-Hotels-Deutschland GmbH - initiiert von DEHOGA und Hotelverband Deutschland; Marketing-Verbund der Mitgliederhotels (www.w-h-d.de)
- Wellness-Stars Baden-Württemberg – Tourismus-Marketing GmbH Baden-Württemberg und Heilbäder- und Kurorte-Marketing GmbH (www.wellness-stars.de)

Logo						
Institut / Träger	Alpine Wellness Österreich	Bayern Tourismus Marketing GmbH	Best Health Austria	Centrum für Reisemedizin	Deutscher Heilbäderverband	Deutscher Medical Wellness Verband
Organisationsform	Verein	GmbH	Öst. Gesundheits-Tourismus GmbH	GmbH	Verein e.V.	Verein e.V.
Zweck des Trägers	Marketing f. Mitglieder	Marketing f. Mitglieder	Betreuung des Qualitätszeichens	Reisemedizinische Informationsplattform	Marketing f. Mitglieder	Interessenvertretung Medical Wellness
Zielgruppe	Hotels	Hotels, Orte, Einrichtungen	Hotelleriebetriebe	Hotels mit medizinischen Einrichtungen	Kurkliniken, Kurorte	Kliniken, Medical Wellness-Hotels
Region (bisher)	Alpenraum	Bayern	Österreich	Deutschland	deutschlandweit	Deutschl./ Ost-EU
Stufen der Auszeichnung	Keine Abstufung	Nach Angebots-schwerpunkt	Gold, Silber, Bronze	keine	Keine Abstufung	Siegel D * E, keine Abstufung
Kriterien	? nicht dargestellt	Basis-Anforderungen Wellnessseinrichtungen	Ca. 150 Kriterien + Gästebefragung	Eigene Entwicklung + Definition	Qualitätskriterien des DHV (10 Einzelkriterien)	Durch TÜV + Beirat. QM-System obligat
Ablauf		Kontrolle d. „Tester“	Regelmäßiger Mystery Check	Offener angekündigter Check	?	TÜV-Prüfung (nach Ankündigung)
Mitgliedschaft	erwünscht	nicht erforderlich	?	Vertragliche Bindung	obligat	obligat
Gültigkeit	?	?	1 Jahr	2 Jahre	?	2 Jahre
Kosten	€ 250 + € 1.100 (Markenpartner)		Ab € 3.500	Ca. € 2.400	?	Ca. € 2.500 + Mitgliedschaft
Nutzen für Hotel oder Gäste	Fraglicher Nutzen: Regionale Marke für Nischenprodukt	Nice to have, aber wenig Bedeutung! Bestenfalls Marketing + Vertrieb	Gut! Koop. in Market., Ausbildg. + Beratg.,	Wenig, zu medizinisch orientiert! Kein Wellness-Siegel!	Kein Wellness-Siegel! Vertrieb + PR f. Kurorte	Marketing Zertifizierg., Interessenvertretg.
Anzahl (bisher) geprüfter Hotels / Einrichtungen	Ca. 45 Mitglieder D, A, CH + I (seit 2006)	?	Ca. 80 in A	2 – 4 ??	?	Ca. 16, davon 2 in D (seit 2006)

Logo						
Vergabe-Institut / Träger	Deutscher Wellness Verband	Europäischer Heilbäderverband e.V.	Europäisches Prüfinstitut Wellness & SPA e.V.	Relax Guide, Herausgeber: Christian Werner	Wellness Hotels Deutschland	Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg
Organisationsform	Verein e.V.	Mitglieds-Verband, e.V.	Verein e.V.	GmbH	GmbH	GmbH
Zweck des Trägers	Unabhängiger Ratgeber Wellness, Schulung	Marketing f. Mitglieder, Qualitätssicherung,	Qualitätssicherung Europa-Standard Wellness & Spa,	Wellnessportal mit > 2000 Hotels. Info an Buch-Leser u. -Käufer	Marketing- Verbund für Mitglieder + Prüfinstanz	Tourismusförderung für Mitgliederhotels
Zielgruppe, Hotelkategorie	Hotels ab 3***, Day Spas, Kliniken, Praxen	Kur-Hotels, Heilbäder, Kureinrichtungen, ab 2008 auch Kur-Hotels mit Spas	Hotels ab 4**** sup -Wellness & SPA -Wellness & Golf -Medical Wellness - Thalasso & SPA	Hotelleriebetriebe ab 3***	Hotels ab 4****	Hotels ab 3***, Thermen, Kliniken
Region	D, A, CH, PL, TR	Europaweit	Europa, Asien	Deutschspr. Region	Deutschland	Baden- Württ.
Stufen der Auszeichnung	Gut, Sehr gut, Exzellent	Keine Abstufung	Quality Spa Selection, Premium Spa Selection, Leading Spa Selection	1 – 4 Lilien	Wellnessbaum	Wellnessstars, Anzahl der Stars
Kriterien	Ca. 750 Einzelkriterien, gesamter Hotelbereich	Allgemeine Basisanforderungen Wellness	Über 850 Einzelkriterien je nach Kategorie	Individuelle Erfahrung + Eindrücke der Tester, kein evaluierter Standard	Wellness-Kriterien IHA + DEHOGA	Ca. 500 verschied. Einzelkriterien
Ablauf	Vorprüfung m. Fragebogen, Mystery Check	Angemeldeter Check	Standard. Fragebogen mit Precheck, Mystery Check d. unabhängige + geprüfte Sachverständ.	Subjektive Beurteilung von 1 – 2 Gästen im Hotel, Laien-Checks	Vor Mitgliedschaft Test d. TÜV, Mystery Checks	Fragebogen + angekündigte Prüfung durch Tester
Mitgliedschaft	erwünscht	Ja, erwünscht	Nein, nicht für geprüfte Hotels	nein	obligat	obligat
Gültigkeit	2 Jahre	?	2 Jahre	1 Jahr	1 Jahr	Keine Angabe
Kosten	Ca. € 3.200	?	Ca. € 2.250	Lt. Verlag keine, allerdings Mögl. „Kauf“ v. Einträgen + Anzeigen	Jährl. beachtlicher Mitgliedsbeitrag (n. Hotelgröße)	Ab € 1.350
Nutzen für Hotel oder Gäste	Sehr sinnvoll! Qualitätsgarantie + Zertifizierung	Für Hotels wenig: Sehr Medizin- und Heilbad – lastig.	Sehr sinnvoll! Qualitätsgarantie + Zertifizierung	Als Qualitäts-Garantie wertlos! Kein Gütesiegel!	Wenig für Qualitätsgarantie, mehr für Marketing + Vertrieb + PR	Bedingt sinnvoll: Schulg., Marketing + PR
Anzahl (bisher) geprüfter Hotels	(seit 2004) Ca. 60 deutschspr. Bereich + Polen + Türkei	Ca. 15	Ca. 25, meist Europa + Asien (seit 2008)	?	Ca. 60 Mitglieder in D +A (seit 1997)	Ca. 55 Mitglieder (seit 2004)