


# Gesund Gesunde Geschäfte

Text: Ursula Horvath | Fotos: Istockphoto, Portraits beige stellt



Der Gesundheitsmarkt kennt keine Krise. Im Gegenteil: Gesundheitsdienstleistungen werden immer wichtiger. Für Unternehmerinnen ist das eine große Chance. Das zeigt auch eine aktuelle Studie zum Zukunftsmarkt Gesundheitsmarkt. Unternehmerinnen im Gesundheitsbusiness verraten ihre Erfolgsstrategien.

**Gesundheits-Check im Fitness-Studio. Ernährungsprogramm vom persönlichen Vitalcoach. Urlaub im zertifizierten Gesundheitshotel. Bio-Produkte aus dem Internet. Das Thema Gesundheit ist in den vergangenen Jahren immer wichtiger geworden, so das Ergebnis einer Studie, die Roland Berger Strategy Consultants im Auftrag der Wirtschaftskammer durchgeführt hat.**

Die Nachfrage nach gesundheitsbezogenen Waren und Dienstleistungen wächst. Es entstehen neue Märkte, neue Wachstums- und Beschäftigungspotenziale und neue Chancen für UnternehmerInnen. Der Gesundheitsmarkt besteht aus zwei Teilmärkten: Als Ersten Gesundheitsmarkt bezeichnet man die klassische Gesundheitsversorgung. Der Zweite Gesundheitsmarkt umfasst privat finanzierte Produkte und Dienstleistungen. Das Angebotsspektrum reicht von freiwilligen Zusatzversicherungen über gesundheitsfördernde Lebensmittel bis zu elektronischen Herzfrequenz-Messgeräten. Der Schwerpunkt liegt auf Angeboten und Produkten zur Erhaltung der Gesundheit, also auf Prävention und Vorsorge.

### Der Gesundheitsmarkt in Zahlen

Mit mehr als 13 Milliarden Euro Umsatz im Jahr 2008 erreicht der Zweite Gesundheitsmarkt bereits mehr als 60 Prozent des Ersten Marktes. Beide Märkte zusammen machen mit 34,7 Milliarden Euro rund 12 Prozent des österreichischen Bruttoinlandsproduktes aus. Der Konsum von Gesundheit erfasst alle Bevölkerungsschichten, so ein Ergebnis der Studie: Er hängt mehr von der Einstellung zum Thema Gesundheit als vom Einkommen ab. Daher gibt es auch Angebote für alle Einkommensklassen: Von den Bio-Produkten bei Lebensmitteldiscountern bis hin zum Premium-Fitness-Studio mit angeschlossenen Medical Spa ist für jede Geldbörse etwas dabei.

### Gesundes Wachstum für Ihr Unternehmen

Aus den Studienergebnissen haben die Autoren folgende Tipps abgeleitet. So können auch Sie mit der Gesundheit gute Geschäfte machen:

**Schaffen Sie eine gesunde Geschäftsgrundlage:** Machen Sie sich mit den Trends im Gesundheitsmarkt vertraut. Versuchen Sie, beste-



Zukunft  
Trends & Handlungsfelder

bmw | Roland Berger  
Strategy Consultants

hende Produkte mit einem gesunden Zusatznutzen zu versehen oder eine neue gesunde Produktlinie zu entwerfen.

**Seien Sie innovativ:** Im Gesundheitsmarkt ist Platz für ungewöhnliche Produkte. Dabei geht es nicht immer um große Investitionen in Forschung und Entwicklung. Firmen wie die Restaurantkette Akakiko mit dem ersten Vollkorn-Sushi oder die Brauerei Hirt mit dem "Hirter Biobier" haben gezeigt, wie es geht.

**Machen Sie den Herstellungsprozess für alle transparent:** Kunden im Gesundheits-

markt informieren sich genau über Herkunft und Herstellung der Produkte.

**Überzeugen Sie durch kompetente Beratung und Kommunikation:** Legen Sie Wert auf ein Wohlfühlambiente in Ihren Verkaufsräumlichkeiten. Nehmen Sie sich Zeit für Gespräche und hören Sie Kunden und MitarbeiterInnen aufmerksam zu. Hier kristallisieren sich häufig die wesentlichen Bedürfnisse heraus.

**Kooperieren Sie bei Marketing und Vertrieb mit etablierten Akteuren im Ge-**

**sundheitsmarkt:** Ärzte und Apotheken, Versicherungen oder Spitäler gelten als besonders kompetent und vertrauenswürdig in Sachen Gesundheit. Dieses Vertrauen der Patientin/des Patienten kann für Marketing und Vertrieb genutzt werden.

**Nutzen Sie moderne Vertriebswege:** Die Einkaufs- und Konsumgewohnheiten ändern sich. Moderne und bequeme Vertriebswege, etwa der Versandhandel und das Internet, werden von fast allen Kunden gerne in Anspruch genommen.

## Unternehmerinnen berichten

So profitieren wir vom Gesundheitsboom!

**Unternehmerin: Was ist Ihre persönliche Erfolgsstrategie?**

**Zadrobilek:** Es ist wichtig, dass man den Fokus beibehält und seine persönliche Energie, seinen Auftritt und natürlich die Marketingaktivitäten darauf konzentriert. Es ist wichtig, die Sprache seiner Zielgruppe zu sprechen, um die Problemstellungen zu verstehen.

**Sicher-Fritsch:** Mit meinen Kunden arbeite ich an ihrer Denk-Art, die sich auf die Gefühle und somit auf ihr Handeln auswirkt. Denn alles, was wir tun beginnt im Kopf! Mein persönliches Motto lautet: „Tu was Du gerne machst – und tu es mit Leidenschaft!“

**Herschmann:** Mein Hobby wurde zum Beruf. Ich gehe auf die Menschen ein, schaue die ganzheitliche Situation an und nehme mir Zeit für den Klienten.

**Herzog:** Ich lebe meine Berufung nach dem Motto: „Euer Glück ist auch mein Glück!“ Bewusstsein und richtiges Verstehen auf Basis der Naturgesetze praktisch zu vermitteln sind die Geheimnisse meines Erfolges.

Bestellen Sie die Studie „Zukunftsmarkt Gesundheit – Trends & Handlungsempfehlungen für Ihr Unternehmen“ aus der WIFI Schriftenreihe unter: [unternehmerservice@wko.at](mailto:unternehmerservice@wko.at).

**Unternehmerin: Warum werden Gesundheitsdienstleistungen immer wichtiger?**

**Zadrobilek:** Wir leben länger und wollen gesund und glücklich alt werden. Aus Unternehmenssicht sollen die MitarbeiterInnen lange produktiv im Arbeitsprozess sein. Daher wird auch die Nachfrage nach Gesundheitsdienstleistungen immer stärker.

**Sicher-Fritsch:** Der Druck in der Arbeitswelt und in der Gesellschaft wächst. Frauen versuchen oft dabei 120 Prozent Leistung zu erbringen. Die Folge sind körperliche Symptome, wie Verspannungen, Schlafstörungen oder Kopfschmerzen. Noch wichtiger als die Symptome zu behandeln ist, die Ursache zu finden und daran zu arbeiten.

**Herschmann:** Immer mehr Menschen nehmen die Verantwortung für Ihren Körper selbst in die Hand und kombinieren naturheilkundliche komplementäre Therapien mit der Schulmedizin. Sie verstehen die Signale des Körpers als Botschaft und sind sich bewusst, dass eine Heilung darin besteht, Körper, Geist und Seele in Einklang zu bringen.

**Herzog:** Primär deshalb, weil das alte System nicht mehr funktioniert. Wir sind bewusstere und mündigere Menschen geworden. Viele haben erkannt, dass nur Symptome beseitigen mittels Pillen und sonstigen Methoden, nicht funktioniert.



Brigitte Zadrobilek hat 2004 stresscoach.at gegründet. Sie bietet Seminare und Trainings in der betrieblichen Gesundheitsförderung mit dem Fokus Stress- und Burnoutprävention am Arbeitsplatz an.



Diana Sicher-Fritsch ist Mental-Coach, Lebens- & Sozialberaterin und Unternehmensberaterin für Büroorganisation und Planung.



Veronika Herschmann arbeitet als ganzheitliche Naturheiltherapeutin. Sie hält Vorträge und Seminare über komplementäre Heilweisen und unterrichtet unter anderem die berührungslose Energietherapie PranaVita.



Kriemhild Herzog ist Inhaberin des Institutes für bewusstes Gesund- und Schlanksein in Linz. Kernkompetenz des Instituts ist ganzheitliches Entschlacken, Entgiften und Entsäuern auf Basis der Naturgesetze.