

## Darf's ein bisschen mehr sein?

**Die Deutschen bewegen sich zu wenig. Studien des Robert-Koch-Instituts zeigen, dass 30 % der Erwachsenen kaum körperlich aktiv sind und 45 % überhaupt keinen Sport treiben. Der Empfehlung, an mindestens drei Tagen in der Woche eine halbe Stunde körperlich aktiv zu sein, folgen im Durchschnitt lediglich 13% der Bevölkerung. Nicht einmal die 5.500 Fitnessstudios und 90.000 Sportvereine, in denen insgesamt über 40 % der Bevölkerung aktiv sind, konnten hier Abhilfe schaffen.**

Peter Schwitters, Geschäftsführer des Sport-Gesundheitspark Berlin e.V erklärt, warum Medical Wellness und Medical Fitness in Zukunft punkten werden.

Der weit reichende Einfluss von Sport und Bewegung auf die Gesundheit ist der breiten Bevölkerung spätestens seit der groß angelegten Titelstory im Magazin „Der Spiegel“ Anfang des Jahres bewusst; der Nutzen gezielter Bewegungsprogramme für Herz und Kreislauf, Muskeln und Gelenke sowie nicht zuletzt für Gehirn und Psyche wurde wissenschaftlich vielfach nachgewiesen. Somit ist nur noch die praktische Umsetzung effektiver zu gestalten. Hier gibt es in letzter Zeit viel versprechende Ansätze:

So haben Fitness- und Wellness-Einrichtungen erkannt, dass vielen Kunden beliebiges Training und schlichte Erholung nicht mehr ausreichen; gefragt sind zunehmend eine präventivmedizinische Diagnostik von Ärzten und darauf aufbauende, fachlich fundierte Programme in den Bereichen Bewegung, Ernährung und Entspannung. Fitness wird so zu „Medical Fitness“, Wellness zu „Medical Wellness“. Letztere nimmt die ursprüngliche Definition von Wellness – objektiv gute Gesundheit und subjektiv erlebtes Wohlbefinden – wieder auf und ist heute in aller Munde.

Gerade die Kombination von gesundheitsorientierten Trainingsprogrammen und regelmäßigen präventivmedizinischen Untersuchungen ist es, die die langfristige Nachhaltigkeit gewährleistet. Die 20-jährigen Erfahrungen des Sport-Gesundheitspark Berlin e.V. und seiner Abteilung Zentrum für Sportmedizin belegen dies eindrucksvoll. Das Zusammenspiel von Ärzten verschiedener Fachrichtungen, Sporttherapeuten und Ernährungswissenschaftlern ist hier der Schlüssel zum Erfolg.

Ob nun „Medical Wellness“, „Medical Fitness“ oder auch medizinisch begleiteter Gesundheitssport – die Anforderungen an Sport-Gesundheitszentren werden immer höher: Gymnastik- und Entspannungssäle, Ausdauer- und Krafttrainingsbereiche sind großzügig und multifunktional zu gestalten, ein Bewegungsbad für Training und Entspannung mit angeschlossenen Saunen ist unverzichtbar. Wichtig sind auch komfortable Sanitäreanlagen.

Gute Standorte bieten im Sommerhalbjahr einen attraktiven Außenbereich, im Winterhalbjahr wenigstens den Blick in eine schöne Umgebung, sind gut erreichbar und verfügen über viele Parkplätze. Darüber hinaus werden vom Kunden zukünftig ein interdisziplinär und präventivmedizinisch ausgerichtetes Ärzteteam und eine leistungsdiagnostische Abteilung gefordert. Hier ist höchste Qualität zu gewährleisten; überprüft hat diese jüngst die Stiftung Warentest (Heft 2/2006) und erhebliche Unterschiede festgestellt.



Auch ein großer Club-Urlaubsanbieter ist mittlerweile auf den Zug „Medical Fitness“ und „Medical Wellness“ aufgesprungen und bietet seinen Kunden deutschlandweit standardisierte, sportmedizinische Gesundheits- und Leistungs-Checks vor Urlaubsantritt. Ergebnisse und Empfehlungen werden als Bericht an das Hotel weitergeleitet und in den Trainingsprogrammen vor Ort umgesetzt.

So werden die neuen Marken „Medical Fitness“ und „Medical Wellness“ möglicherweise Wegbereiterinnen für mehr Interdisziplinarität und bessere Qualität in der Prävention. Diese wird erst dann ihren Anteil von 4% an den Ausgaben im Gesundheitswesen steigern, wenn wir endlich Bewegung, Ernährung oder Entspannung systematisch mit präventivmedizinischen Untersuchungen koppeln und so unsere Kunden langfristig zufrieden stellen.

■ Peter Schwitters

schwitters@zentrum-sportmedizin.de

## Berlin: Städtische Gesundheit neu platziert

Es gehört zu den Errungenschaften der deutschen Wiedervereinigung, dass wir uns auf die „gute alte“ Poliklinik neu besinnen. Ein medizinisches, interdisziplinäres Zentrum birgt gegenüber Einzelpraxen erhebliche Vorteile wie sich ergänzende Fachärzte, große Gemeinschaftspraxen, weitere medizinische, technische und beratende Dienstleistungen. Solch ein Haus stellt auch einen wichtigen Wirtschafts- und Dienstleistungsfaktor dar. Zentrale Erfolgsfaktoren für ein modernes medizinisches Zentrum sind neben der erstklassigen Infrastruktur (U-Bahn, Parkplätze, Stadtautobahn) die Nähe zu weiteren Einrichtungen des Gesundheitswesens. Medical wellness, betreutes Wohnen, Pflege, Jugendtherapiezentren und sportmedizinische Einrichtungen gehören hier dazu.

In Berlin mit seiner international anerkannten Medizinlandschaft sind moderne medizinische Dienstleistungszentren auf dem Vormarsch. Das Facharztzentrum FAZIT in Berlin-Tegel, finanziert, entwickelt und realisiert von der Münchner Unternehmensgruppe B.A.R.I. ist dafür ein sichtbares Beispiel. Schon zum Jahreswechsel 2006/2007 wird das Facharztzentrum in Berlin Tegel in zentraler Nordberliner Lage an den Start gehen.



Mit diesem Haus wird am Knotenpunkt von U-Bahn, Bussen und S-Bahn, in unmittelbarer Nähe der belebten Fußgängerzone des Nordens ein medizinisches Kompetenzzentrum entstehen, dass zukunftsorientiert und fachübergreifend die Gesundheit des Menschen in den Mittelpunkt stellt. Hier geht es nicht nur um das Heilen von Krankheiten, sondern auch um medizinische Dienstleistungen, z.B. in der Gesundheitsaufklärung und Prävention. Denn das Zentrum bietet neben einer Vielzahl miteinander kooperierender, hoch qualifizierter und erfahrener Fachärzte mehr: Von der Chirurgie bis zur Raucherentwöhnung, von der Inneren Medizin bis zu Dermatokosmetik, von der Lungenfacharztbehandlung bis zur Ernährungsberatung reichen die vielfältigsten Angebote rund um die Gesundheit und das Wohlbefinden des Menschen. Dies alles wird durch Angebote anderer Partner im Haus ergänzt. Ein Sanitätsfachhandel, eine Sozialstation, eine großzügige, moderne Physiotherapie und eine Apotheke bieten neben den üblichen Standardangeboten auch Kurse, Beratungen und Aufklärung an.

■ office@bari-gruppe.de