

„Mehr Gesundheit, mehr Lebensqualität“

Cost & Logis sprach mit Erika Felder, Geschäftsführerin der memon bionic instruments GmbH, über den Schutz vor Umweltbelastungen und die Vorzüge des Einsatzes von memonizern in Hotels.

FRAU FELDER, MEMON HAT SICH AUF DIE FAHNEN GESCHRIEBEN, MENSCHEN VOR ZUNEHMENDEN UMWELTBELASTUNGEN ZU SCHÜTZEN. WIE FUNKTIONIERT DAS?

Unsere Technologie ermöglicht, ein natürliches Raumklima herzustellen. Die negativen Auswirkungen von Elektrosmog und Feinstaub, die im Zuge der Digitalisierung unseres Lebens erheblich zugenommen haben, lassen sich damit neutralisieren. Unsere Geräte, die memonizer, nutzen das Stromleitungssystem und reinigen die Luft. Dieses Prinzip lässt sich auch auf das Medium Wasser übertragen.

INWIEWEIT IST DAS THEMA IN DER HOTELLERIE ANGEKOMMEN?

Die Hotellerie öffnet sich der Sache zusehends, immer mehr Betriebe der Branche suchen nach entsprechenden Lösungen. Das Bewusstsein für das Thema Gesundheit ist in der Bevölkerung generell gewachsen und auch den Hoteliers wird zunehmend bewusst, welche Vorteile saubere Luft und sauberes Wasser sowie ein Umfeld ohne die negativen Auswirkungen von Elektrosmog haben.

WELCHEN WESENTLICHEN PLUSPUNKT MÖCHTEN SIE HERAUSSTELLEN?

Der größte Vorteil ist meiner Ansicht nach, dass die Hoteliers durch den Einsatz unserer Geräte die Gesundheit ihrer Mitarbeiter schützen können und der Krankenstand in der Belegschaft erheblich sinkt. Das ist uns immer wieder bestätigt worden. Ein weiterer Vorteil sind die positiven Auswirkungen auf den Schlaf und das Wohlbefinden der Gäste.

UNTER IHREN KUNDEN FINDEN SICH EINE GANZE REIHE VON PRIVATHOTELS, WENIGER BETRIEBE AUS DER KETTENHOTELLERIE. WORAN LIEGT DAS?

Nicht zuletzt daran, dass die Besitzer eines privat geführ-

ten Hotels in der Regel schneller, unmittelbarer entscheiden können und ihre Unternehmensführung oft an langfristigeren Gesichtspunkten ausgerichtet ist. In der Kettenhotellerie zählen in erster Linie kurzfristig nachweisbare und messbare wirtschaftliche Fakten, Ersparnisse. Dass sich der Einsatz der memonizer auf vielen verschiedenen Ebenen auszahlt, kommt so nicht unmittelbar zum Vorschein.

DER EINSATZ DER MEMONIZER IST ALSO EINE SACHE. DIE ANDERE IST, INWIEWEIT DIE BETRIEBE DIE VORZÜGE AM BESTEN KOMMUNIZIEREN BEZIEHUNGSWEISE VERMARKTEN KÖNNEN. WELCHE WEGE BIETEN SICH AN?

Die Hoteliers wollen auf keinen Fall die negativen Konsequenzen von Elektrosmog ins Feld führen, sondern lieber die Vorteile des Schutzes mithilfe unserer Produkte in den Vordergrund rücken – mehr Gesundheit, mehr Lebensqualität. Das kann ich verstehen. Wir versuchen das Thema über eine Zertifizierung sichtbar zu machen und sind dabei, zusammen mit den Hotels eine passende Marketingstrategie auszuarbeiten. Viele Häuser beispielsweise schenken memon-Wasser zum Frühstück aus. Besonders Wellness-Hotels bieten über Shops in ihrem Haus Produkte von uns an, um Aufmerksamkeit zu erzeugen und für Bekanntheit zu sorgen. Wer sich für memon entscheidet und das auch kommuniziert, zeigt damit nach außen auch eine bestimmte Haltung. Botschaft an die Gäste: Hier habe ich es mit Menschen zu tun, die das Thema Umweltschutz und Gesundheit ernst nehmen und nicht nur viel darüber reden. Das schafft Vertrauen und ist ein erheblicher Wettbewerbsvorteil.

SIND IHRE ANGEBOTE AN ALLE BETRIEBE AUS DER HOTELLERIE GERICHTET?

Ja. Natürlich ist die Offenheit für das Thema etwa bei Wellnesshotels, die sich mit gesundheitlichen Themen grundsätzlich stärker auseinandersetzen, zunächst mal größer. Das liegt in der Natur der Sache. In Anbetracht der Tatsache, dass die Strahlenbelastung in Stadthotels aufgrund ihrer Lage in der Regel deutlich größer ist, dürfte das Thema für sie aber mindestens ebenso relevant sein.

<

ZUM UNTERNEHMEN

Entwicklung und Geschäftsleitung von memon fühlen sich ihrer Mission verpflichtet, Menschen zu einem ganzheitlichen Schutz vor steigenden Umweltbelastungen zu verhelfen. memon wird inzwischen von über 100.000 Kunden weltweit genutzt, auch in der Hotellerie. WWW.MEMON.EU

Erika Felder: "Das Bewusstsein für das Thema Gesundheit ist auch in der Hotellerie gewachsen."

