

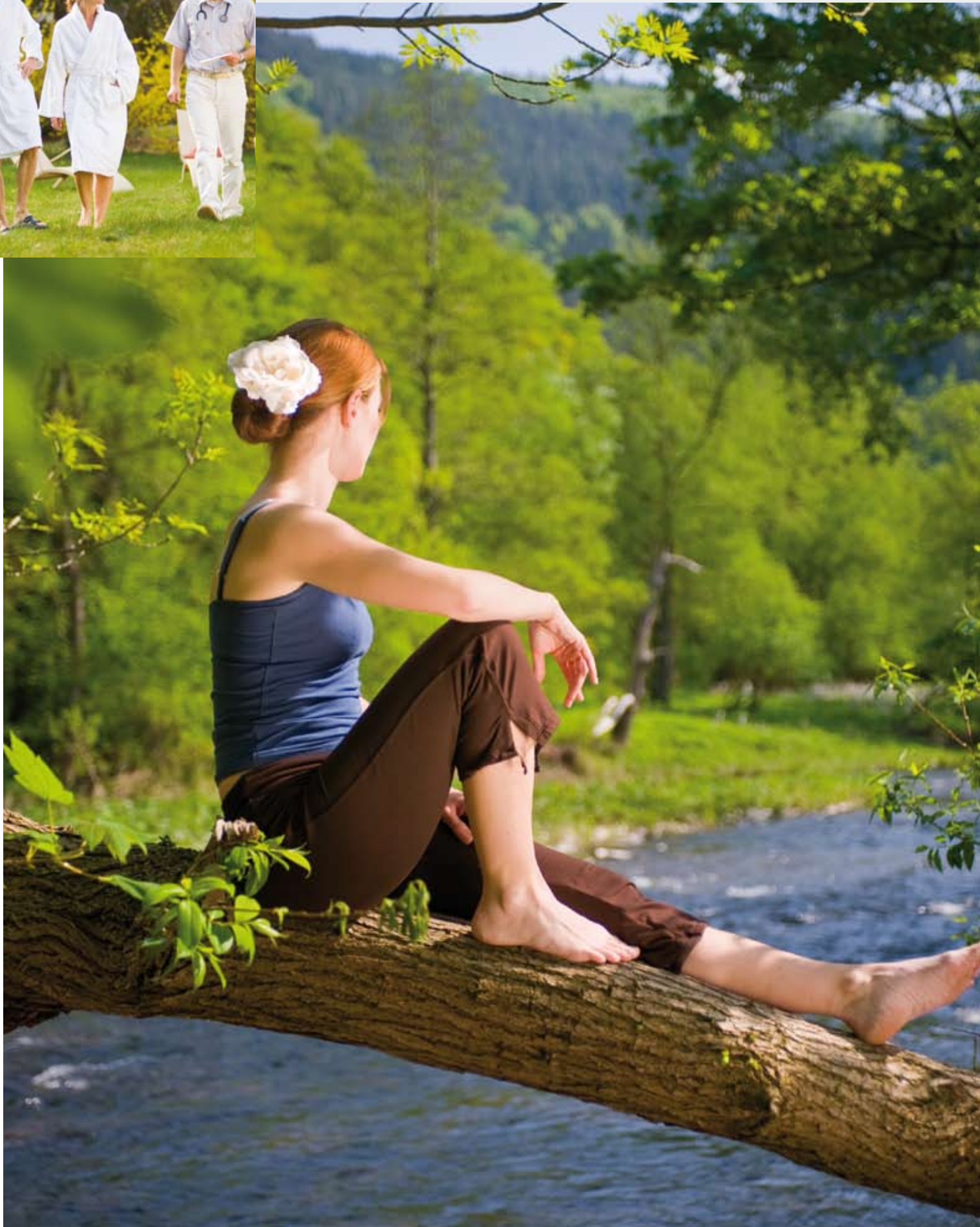


NEUAUSRICHTUNG DES GESUNDHEITSTOURISMUS IN RHEINLAND-PFALZ

EIN LEITFADEN FÜR ORTE UND BETRIEBE



Vorwort	4-5
► TEIL 1:	
GRUNDLAGEN ZUR NEUAUSRICHTUNG DES GESUNDHEITSTOURISMUS IN RHEINLAND-PFALZ	
1. AUSGANGSSITUATION	
1.1 Gesundheitstourismus in der Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2015	6-10
1.2 Neuausrichtung des Gesundheitstourismus in Rheinland-Pfalz	11-17
2. KONZEPT FÜR DIE NEUAUSRICHTUNG	
2.1 Eckpfeiler der Neuausrichtung	18-20
2.2 Qualitäts- und Produktkonzept	21-25
2.3 Vermarktungs- und Vertriebskonzept	26-29
► TEIL 2:	
LEITFADEN FÜR DIE PRODUKTENTWICKLUNG	
30-32	
1. MEDICAL MENTAL WELLNESS	
1.1 Programminhalte	33
1.2 Produkthanforderungen	33-38
1.3 Servicestandards	39-43
1.4 Praxisbeispiele aus Rheinland-Pfalz	44
1.4 Praxisbeispiele aus Rheinland-Pfalz	45-47
2. WELLNESS MIT MENTALEN ENTSPANNUNGSBAUSTEINEN	
2.1 Programminhalte	48
2.2 Produkthanforderungen	49-51
2.3 Servicestandards	52
2.4 Praxisbeispiele aus Rheinland-Pfalz	53-55
3. ENTSCHEUNIGUNG	
3.1 Programminhalte	56-57
3.2 Produkthanforderungen	57-60
3.3 Servicestandards	60
3.4 Praxisbeispiele aus Rheinland-Pfalz	61-63
4. ANSPRECHPARTNER FÜR PRODUKTENTWICKLUNG UND VERMARKTUNG	
	64-66
Impressum	67



SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN,

mit der Tourismusstrategie 2015 wurde die touristische Zielrichtung in Rheinland-Pfalz für die kommenden Jahre festgelegt. In dieser Strategie sind die wesentlichen touristischen Handlungsfelder des Landes festgeschrieben, bei denen die Marktchancen für das Land als besonders aussichtsreich gewertet wurden.

Das Thema Gesundheit ist neben Wandern, Radwandern, Wein und Weinkulturlandschaft eines der vier Schwerpunktthemen der Tourismusstrategie. Der gesundheitstouristische Markt hat sich in den vergangenen Jahren von einem Anbietermarkt mehr und mehr zu einem Nachfragemarkt entwickelt. Das Gesundheitsbewusstsein ist ebenso gewachsen wie die Bereitschaft, aktiv zur Gesunderhaltung beizutragen. Auch die steigende Lebenserwartung und eine hohe Belastung im Berufs-, Familien- und Alltagsleben prägen zunehmend die Nachfrage.

Immer mehr Menschen wollen während ihres Urlaubs etwas für ihre Gesundheit tun. Experten gehen von drei Millionen Menschen mit Interesse an einem Gesundheitsurlaub in einem Einzugsgebiet von 90 PKW-Minuten um Rheinland-Pfalz aus. Auch die Initiative Gesundheitswirtschaft des Landes Rheinland-Pfalz zählt den gesundheitsbezogenen Tourismus mit diesen Trends zur Erhaltung der Vitalität und dem stärkeren Gesundheitsbewusstsein zu einem der Wachstumsmärkte der Gesundheitswirtschaft in den kommenden Jahren.

Die Anforderungen des Gesundheitstourismus sind Herausforderung und Chance zugleich. Es gilt, die geänderten Bedürfnisse aufzugreifen und zielgruppengerecht Angebote zu entwickeln.

Die Neuausrichtung des Gesundheitstourismus wurde auf der Basis einer umfassenden Marktforschung und mit Unterstützung eines interdisziplinären Expertenteams von verschiedenen Partnern gemeinsam erarbeitet: Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH, Tourismus- und Heilbäderverband Rheinland-Pfalz e.V., Industrie- und Handelskammer Koblenz, Deutscher Hotel- und Gaststättenverband Rheinland-Pfalz und Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau. Die erarbeitete Strategie hat zum Ziel, ein unverwechselbares gesundheitstouristisches Profil unter dem Leitgedanken „Mentale Wellness“ aufzubauen. Basis für die Neuausrichtung im Gesundheitstourismus in Rheinland-Pfalz ist eine qualitativ hochwertige Produktentwicklung. Mit den landschaftlichen Potenzialen, der fachlichen Kompetenz in Kurorten und Heilbädern, engagierten Hotels mit gesundheitstouristischen Angeboten und dem landestypischen Genussfaktor haben wir sehr gute Voraussetzungen für diese konzeptionelle Ausrichtung.

Der vorliegende Leitfaden für Orte und Betriebe bietet eine praktische Umsetzungshilfe: neben Informationen zur konzeptionellen Neuausrichtung bezogen auf die jeweiligen Zielgruppen, zum Qualitäts- und Produktkonzept sowie zu Vermarktung und Vertrieb finden Sie einen ausführlichen Leitfaden für die Produktentwicklung. Anschauliche Hilfe sind die Beispiele aus der Praxis.

Ich freue mich auf die gemeinsame Umsetzung der neuen Konzeption und wünsche allen gesundheitstouristischen Leistungsträgern, Orten und Akteuren dabei viel Erfolg!

Ihr



VORWORT



Hendrik Hering
Minister für Wirtschaft,
Verkehr, Landwirtschaft
und Weinbau
Rheinland-Pfalz



VORWORT

GEMEINSAM CHANCEN NUTZEN DEN GESUNDHEITSTOURISMUS IM LAND NEU PROFILIEREN

Die Tourismusstrategie 2015 ist die Leitlinie für alle Tourismusakteure in Rheinland-Pfalz. Nur mit gebündelten Kräften kann das Standortimage des Landes, seiner Regionen und Orte gestärkt werden. Hierzu sind hochwertige Angebote notwendig. Rheinland-pfälzische Stärken und Marktpotenziale werden genutzt, um Alleinstellungsmerkmale gegenüber Wettbewerbern aufzubauen. Es kommt darauf an, Orte, Regionen und Betriebe zu motivieren, die Strategie anzunehmen, mit Leben zu füllen und konsequent umzusetzen.

Der Gesundheitstourismus profitiert zurzeit von verschiedenen Markt- und Nachfrageveränderungen, die Grundlage für einen nachhaltigen Wachstumsmarkt sein sollen. Es gilt, diese Entwicklung auch für die rheinland-pfälzische Tourismuswirtschaft zu nutzen. Markt- und kundengerechte Angebote sind hierfür Voraussetzung. Die vorliegende Umsetzungshilfe zeigt praktische Wege auf, unter der Marke IchZeit Rheinland-Pfalz im Segment der mentalen Gesundheitsförderung aktiv zu werden.

Im weiteren Prozess wird die Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH gesundheitstouristische Anbieter aktiv unterstützen und begleiten, um eine eigenständige und selbstbewusste Neupositionierung des Landes gemeinsam zu erreichen.

Ihr



Werner Klöckner

Aufsichtsratsvorsitzender der
Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH,
Vorsitzender des Tourismus-
und Heilbäderverbandes
Rheinland-Pfalz e.V.

GRUNDLAGEN

ZUR NEUAUSRICHTUNG DES GESUNDHEITSTOURISMUS IN RHEINLAND-PFALZ

1. AUSGANGSSITUATION

1.1 GESUNDHEITSTOURISMUS IN DER TOURISMUSSTRATEGIE RHEINLAND-PFALZ 2015

● GESUNDHEITSTOURISMUS ALS SCHWERPUNKT DER TOURISMUSSTRATEGIE 2015

Die „Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2015. Markttrends erkennen, Potenziale nutzen“ bestimmt die künftige touristische Ausrichtung des Landes: Sie definiert landesweit bedeutende Geschäftsfelder mit den größten Marktchancen. Auf diese Geschäftsfelder richtet das Land künftig die gesamte Marktbearbeitung aus. Neben „**Wandern**“, „**Radwandern**“ und

„**Wein und Kulturlandschaft**“ ist der „**Gesundheitstourismus**“ eines der vier Schwerpunktthemen. Damit setzt Rheinland-Pfalz auf einen Wachstumsmarkt, in dem eine deutschlandweit führende Position für das Inlandsmarketing aufgebaut werden soll.

● GESUNDHEIT ALS ZUKUNFTSMARKT

Der Gesundheitsmarkt ist ein Markt der Zukunft. Eine Reihe von gesellschaftlichen Veränderungen sorgt dabei für wachsendes Interesse: Der demographische Wandel, die steigende Lebenserwartung, der Wandel von Arbeit und Freizeit, die zunehmende individuelle Verantwortung zur Gesunderhaltung von Körper und Geist und damit einhergehend auch die wachsende Bedeutung der Gesundheitsvorsorge.

Immer mehr Menschen sind bereit, auch finanziell und durch eigenes Tun einen Beitrag zur Erhaltung ihrer Gesundheit zu leisten.



Die Tourismusstrategie 2015 wurde vom Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau gemeinsam mit dem Hotel- und Gaststättenverband Rheinland-Pfalz, den Industrie- und Handelskammern, dem Tourismus- und Heilbäderverband Rheinland-Pfalz e.V. sowie der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH (RPT) entwickelt und im April 2008 verabschiedet.

Mehr Infos unter: www.extranet.rlp-info.de



WANDERN

RADWANDERN

**WEIN UND
WEINKULTUR-
LANDSCHAFT**

GESUNDHEIT



**DIE VIER THEMATISCHEN SÄULEN IM BEREICH DES
TOURISMUS**

KULTUR ALS BEGLEITENDES ELEMENT IN ALLEN THEMEN

GRUNDLAGEN

ZUR NEUAUSRICHTUNG DES GESUNDHEITSTOURISMUS IN RHEINLAND-PFALZ



GESELLSCHAFTLICHE ENTWICKLUNGSMOTOREN VON GESUNDHEITSWIRTSCHAFT UND -TOURISMUS

- **Demographische Entwicklung:** Die steigende Lebenserwartung und die wachsende Anzahl älterer Menschen mehrten die Nachfrage nach Dienstleistungen in der Gesundheitsvorsorge. Diese Entwicklung beginnt nicht erst im Alter. Viele junge Menschen kümmern sich aktiv um die Erhaltung ihrer Gesundheit.
- **Wertewandel:** Individualisierung und Selbstorientierung rücken die Themen Lebensqualität und Wohlbefinden zunehmend in den Mittelpunkt der Gesellschaft. Die „Sinngesellschaft“ ist in aller Munde: Selbstkompetenz, Selbstfindung, „Work-Life-Balance“ – ein erfülltes Gleichgewicht von Arbeit und Freizeit, Entschleunigung und zur inneren Ruhe finden, sind immer wichtigere Motive.
- **Arbeit und Freizeit:** Zwar steht dem Menschen heute mehr Freizeit zur Verfügung als in der Vergangenheit, dafür sind die Anforderungen im Arbeitsleben gestiegen. Somit nehmen u. a. psychische Probleme, sowie durch Stress und Beruf bedingte Krankheitssymptome (z.B. Rücken- und Wirbelsäulenbeschwerden, Nervosität, Erschöpfungszustände und Burnout) durch ein hektisches Arbeits- und Lebensumfeld zu.
- **Wachsendes Gesundheitsbewusstsein:** Mit steigender Lebenserwartung steigt das Bewusstsein für die persönliche Verantwortung gegenüber der eigenen Gesundheit. Dasselbe trifft bei einem jüngeren, gut verdienenden Publikum zu, das mitten im Berufsleben steht.
- **Gesundheitsvorsorge:** Unter den heutigen Lebenszielen spielen der Wunsch und das Wissen, vor Krankheiten verschont bleiben zu können, eine starke Rolle. Die aktive Gesundheitsvorsorge gelangt immer mehr ins Bewusstsein: Geistige Fitness und generelles Wohlbefinden sind wichtige Grundpfeiler des Lebens. Ein Beispiel: Die Nachfrage von Kursteilnehmern an Präventionskursen und -seminaren der gesetzlichen Krankenkassen ist im Zeitraum 2002 bis 2006 jährlich um 42% gestiegen.¹
- **Verringerung der Kassenleistungen und zunehmende Eigenleistungen:** Steigende Gesundheitsausgaben bei sinkenden Einnahmen schränken zunehmend die finanziellen Leistungen der gesetzlichen Krankenkassen und privaten Versicherungen ein. Die Bereitschaft, selbst Geld für die Gesundheitsvorsorge auszugeben, steigt.

1. vgl. Medizinischer Dienst der Spitzenverbände der Krankenkassen e.V. (2008): Präventionsbericht 2007.

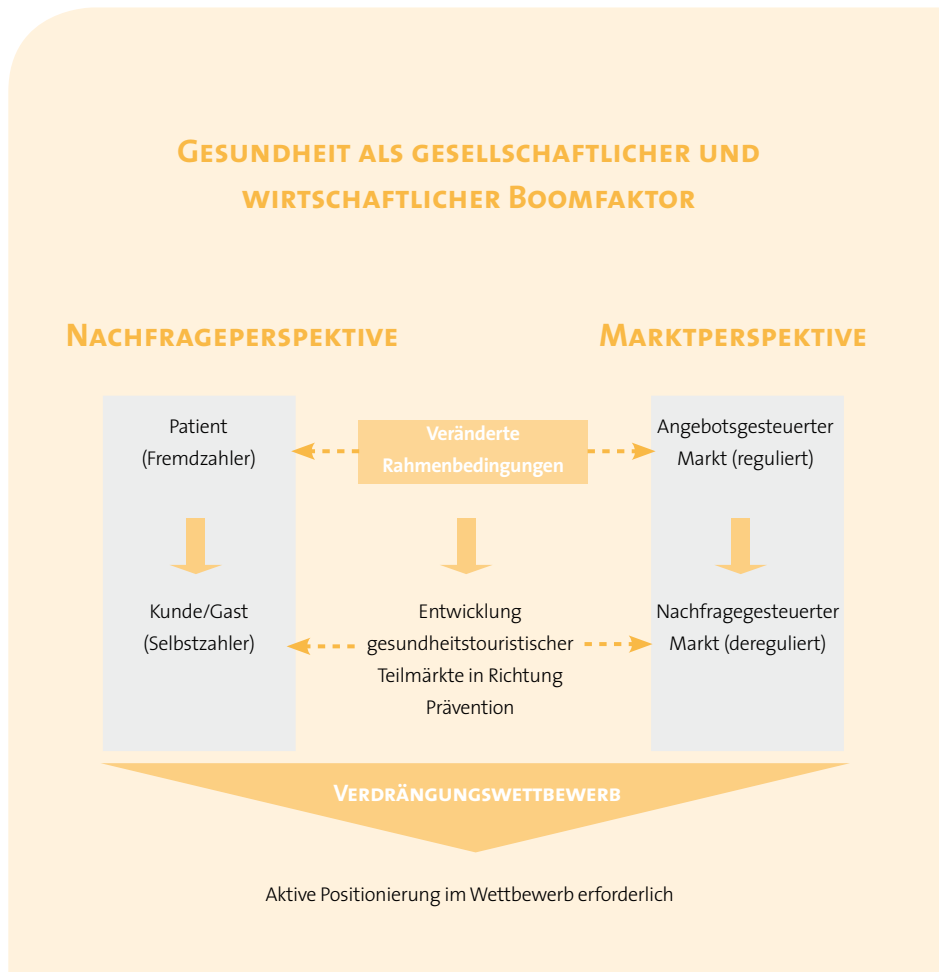
● **VERÄNDERTE NACHFRAGE UND MEHR**

WETTBEWERB

Der Gesundheitsmarkt, und damit auch der Gesundheitstourismus, wandeln sich angesichts der dargestellten Entwicklungen zunehmend: Der gesteuerte Anbietermarkt verändert sich zum Nachfragermarkt.

Kurorte, Heilbäder, Kliniken, die Hotellerie, sogar die großen Touristikkonzerne versuchen, unter hohem Wettbewerbsdruck am Marktgeschehen teilzuhaben. Urlaubsregionen und Betriebe müssen sich zunehmend Alleinstellungen und Wettbewerbsvorteile erarbeiten, um anspruchsvolle Kunden und selbstzahlende Gäste zu erreichen.

Nebenstehende Abbildung: Veränderungen des Markt- und Wettbewerbsumfeldes in der Gesundheitswirtschaft



GRUNDLAGEN

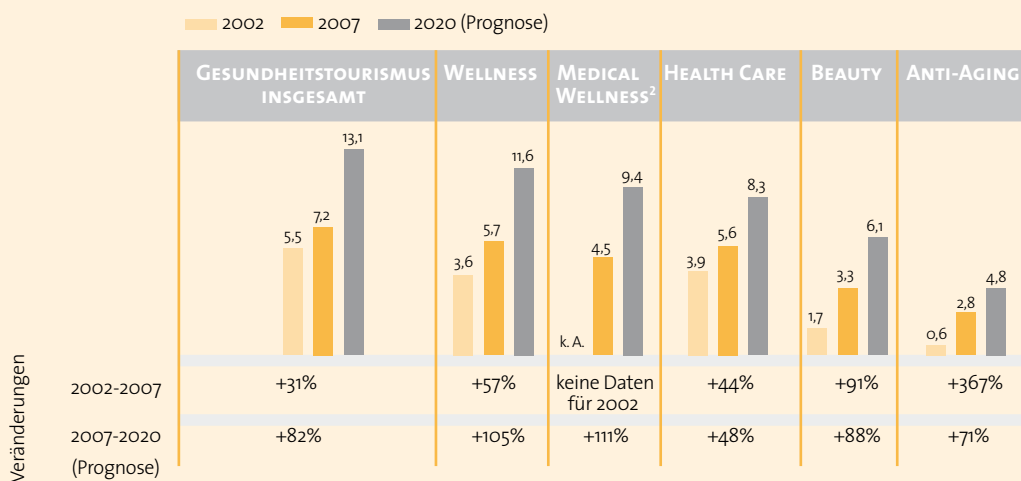
ZUR NEUAUSRICHTUNG DES GESUNDHEITSTOURISMUS IN RHEINLAND-PFALZ

● **PRÄVENTION UND MEDICAL WELLNESS MIT STARK ZUNEHMENDER BEDEUTUNG**

Angesichts des allgemein wachsenden Gesundheitsbewusstseins und besonders in Folge der demographischen Entwicklung wird davon ausgegangen, dass sich die Nachfrage im Ge-

sundheitstourismus insgesamt weiter stark positiv entwickeln wird. Vor allem nimmt die Bedeutung touristischer Präventionsangebote zu, die oftmals mit medizinisch-therapeutischer Begleitung unter der Bezeichnung „Medical Wellness“ angeboten werden.

ZAHL DER AN GESUNDHEITSORLAUB INTERESSIERTEN¹ PERSONEN IN MIO. (BASIS: DEUTSCHE BEVÖLKERUNG ÜBER 20 JAHRE)



- 1) Interessierte Personen, die in den letzten zwei Jahren einen Gesundheitsurlaub gemacht haben und daran weiterhin interessiert sind sowie Personen, die bisher keinen Gesundheitsurlaub unternommen haben, dies aber in den nächsten zwei Jahren fest vorhaben.
- 2) Der Gruppe der Medical-Wellness-Interessierten wurden alle Personen zugerechnet, die sowohl zu den Interessierten für HealthCare als auch zu den Interessierten für Wellness zählen.

Quelle: Institut für Freizeitwirtschaft 2008: Der Gesundheitstourismus der Deutschen 2020 (S. 8, 36, 400); Basis: Deutsche Bevölkerung ab 20 Jahre; Mehrfachnennung möglich; Stichprobengröße 25.000 Befragte

Abbildung: Entwicklung des Nachfragevolumens im Gesundheitstourismus in Deutschland

1. AUSGANGSSITUATION

1.2 NEUAUSRICHTUNG DES GESUNDHEITSTOURISMUS IN RHEINLAND-PFALZ

● GESUNDHEITSTOURISMUS IN RHEINLAND-PFALZ

Rheinland-Pfalz blickt auf eine lange Gesundheitstradition zurück und bietet für viele Formen des Gesundheitstourismus beste Voraussetzungen: gesundorientierte Bewegung, gesunde Ernährung oder Entspannung sind im Land in vielfältiger Form zu Hause. Die Voraussetzungen sind ebenfalls gut: einzigartige Landschaften, gute Erreichbarkeit für Gäste aus Ballungsräumen, zahlreiche qualifizierte gesundheitstouristische Leistungsanbieter - von profilierten Kurorten und Heilbädern über die Wellness-Hotellerie bis hin zu Klöstern.

● BESONDERE LANDSCHAFTLICHE QUALITÄTEN

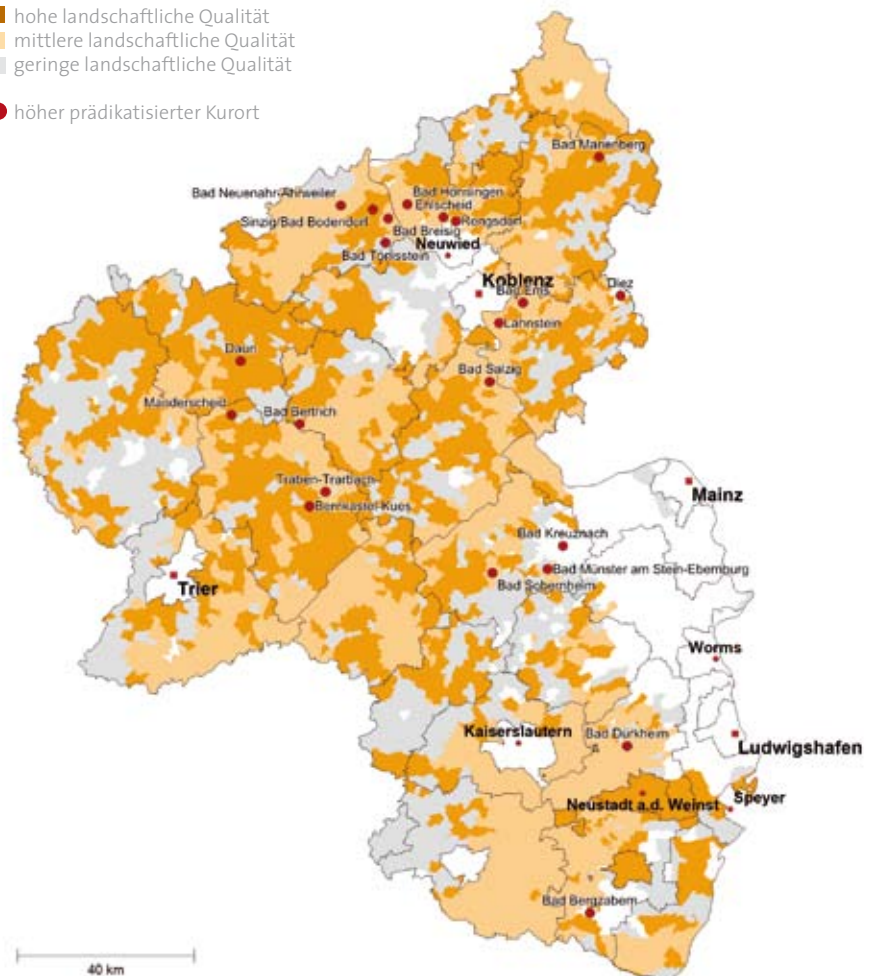
Über 60% der Fläche von Rheinland-Pfalz bieten für den Gesundheitstourismus ideale Voraussetzungen: Geringe Bevölkerungs- und Siedlungsdichte, hoher Anteil an un bebauten und unversiegelten Arealen, romantische Landschaften mit Wald- und Rebflächen, sanfte Höhenzüge mit weiter Sicht über Weinberge und Flusstäler, dazu Ortschaften mit historischer Bausubstanz und individuellem Charakter. Dieses abwechslungsreiche Landschaftsbild bietet eine hervorragende Basis für gesunde Erholung, Ruhe und Entschleunigung aus dem hektischen Alltag.

GESUNDHEITSTOURISTISCHE STÄRKEN VON RHEINLAND-PFALZ

- einzigartige landschaftliche Potenziale, wie romantische Fluss-, Wald- und Weinlandschaften, starke kulturhistorische Angebote
- gesundheitstouristisch attraktives Reiseland mit Genussfaktor: Wein, Wasser, attraktive Landschaften
- geographische Lage im Herzen Europas, umgeben von Ballungsräumen NRW, Frankfurt Rhein-Main – in einem Einzugsbereich von zwei Stunden leben 40 Mio. Menschen
- repräsentative gesundheitstouristische Anbieter: 22 Kurorte und Heilbäder sowie 85 Kliniken, 18 Klöster und mehrere hundert Hotelanbieter mit gesundheitstouristischen Angeboten
- lange Tradition von Gesundheit und Gesundheitstourismus (Römer, Hildegard von Bingen, etc.)

Flächenklasse Ortsgemeinden RLP

- hohe landschaftliche Qualität
- mittlere landschaftliche Qualität
- geringe landschaftliche Qualität
- höher prädikatisierter Kurort



Datenquelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz 2008
Klassifizierung und Darstellung: ETI 2008

GRUNDLAGEN

ZUR NEUAUSRICHTUNG DES GESUNDHEITSTOURISMUS IN RHEINLAND-PFALZ

● KURORTE UND HEILBÄDER ALS

KOMPETENZCENTREN

Die hohe landschaftliche Qualität ergänzt eine Vielzahl leistungsfähiger Anbieter. 22 Heilbäder und Kurorte, zahlreiche Kliniken, Reha-Einrichtungen und Dienstleister bilden als Kompetenzzentren den Kern der gesundheitstouristischen Angebotsstruktur. Ergänzt wird das Angebot von Wohlfühl- und Gesundheitsangeboten im Land durch eine Reihe von Anbietern außerhalb der Kurorte und Heilbäder.

Die landesweite Erhebung aus den Bereichen Tourismus und Gesundheitswirtschaft in Rheinland-Pfalz verzeichnet rund 800 Einrichtungen, Institutionen und Anbieter, die grundlegend für den Gesundheitstourismus geeignet sind:

99	Krankenhäuser (2007)
508	medizinische oder psychologische Praxen (inkl. Fachärzte) (Umsatzsteuerstatistik 2006)
828	Praxen von Masseurinnen, Bademeistern sowie Institutionen von sonst. Selbstständigen und Einrichtungen im Gesundheitswesen (Umsatzsteuerstatistik 2006)
13	Krankenhäuser/Kliniken
208	medizinische oder psychologische Praxen
383	therapeutische Praxen
53	Akademien/Ausbildungseinrichtungen
104	Gesundheits- und Wellnesshotels
3	Klöster mit medizinisch-psychologischen Programmen

Quelle:Europäisches Tourismus Institut 2008

● POTENZIALE NOCH BESSER IN WERT SETZEN:

QUALITÄT, PROFIL UND NEUE ANGEBOTE

Alle Anbieter im Land haben große Chancen. Sie müssen sich jedoch angesichts des dynamischen Markt- und Wettbewerbsumfelds weiter entwickeln. Die Ergebnisse der Studie „Vergleichende Qualitätsbewertung von Kurorten“ (VQB) des Europäischen Tourismus Instituts (ETI) aus dem Jahr 2007/08 zeigen, welche die notwendigen Investitionen in Infrastruktur und Service sind, und wo ein klareres Profil und konkrete Angebote geschaffen werden müssen – sowohl für Gesundheitstouristen als auch für Wohlfühlurlauber. Ähnliches gilt auch außerhalb der Kurorte und Heilbäder: Es bieten sich noch vielfältige Möglichkeiten, profilierte Angebote unter Berücksichtigung der lokalen und regionalen Stärken zu erarbeiten.

● QUALITÄT UND INNOVATION IN DEN

MITTELPUNKT STELLEN

Rheinland-Pfalz setzt auch im Gesundheitstourismus auf Qualität und Innovation: Basis für Markterfolge sind gerade im wettbewerbsintensiven Gesundheitstourismus die Qualität und Einzigartigkeit von Produkten und Angeboten – nicht zuletzt auch die Qualität der touristischen Infrastruktur in Betrieben und Kurorten bzw. Heilbädern des Landes.

Daher gilt für die Neuausrichtung des Gesundheitstourismus: Gefragt sind ein innovatives Konzept, das neue Trends und langfristige Entwicklungen aufnimmt und Mut zum Besetzen von Pionierthemen und Marktnischen zeigt. Denn gerade die umfassenden Marktveränderungen im Gesundheitstourismus bieten große Chancen!

Die Gesundheitswirtschaft in Rheinland-Pfalz insgesamt verzeichnet laut stat. Landesamt:

Von diesen Einrichtungen kommen auf Grund ihrer spezifischen Angebote für eine stärkere Konzentration auf eine mentale Ausrichtung im Gesundheitstourismus in Frage:

● ZUKUNFTSTHEMA NR. 1: „MENTALE GESUNDHEITSFÖRDERUNG“

Mentale Gesundheitsförderung wird im Gesundheitstourismus immer bedeutsamer. Es geht um die Förderung psychischen Wohlbefindens in Verbindung mit körperlicher Gesundheit. Dass psychische Erkrankungen sich in den letzten Jahrzehnten immer stärker verbreitet haben und zu einer Volkskrankheit geworden sind, ist keine Neuigkeit. Doch die Erkrankungen sind nur die Spitze eines Eisberges.

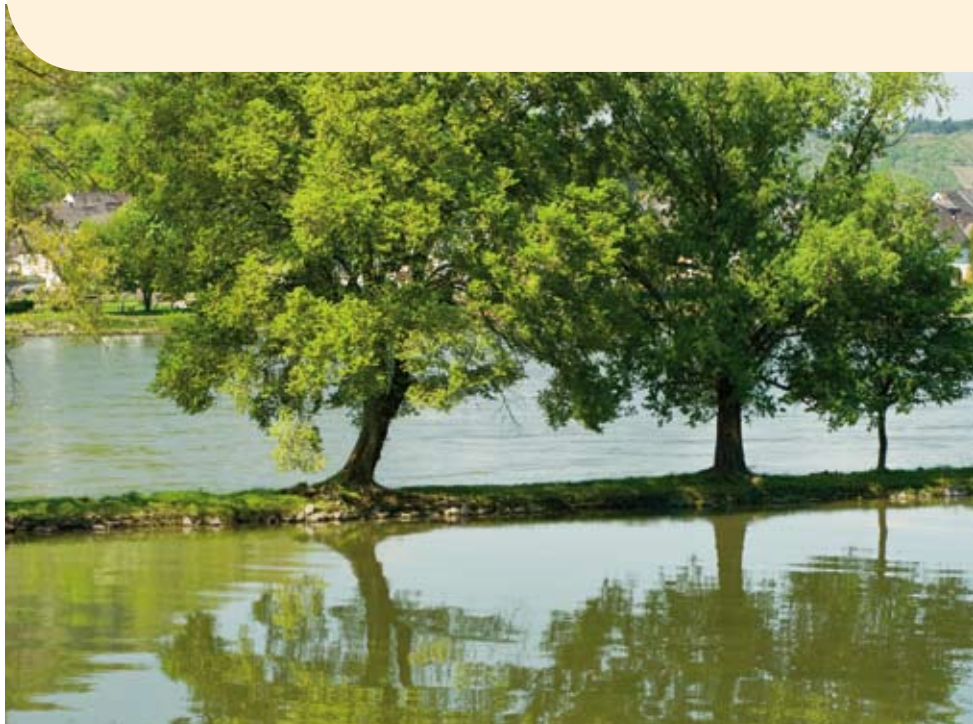
● GROSSES BEDÜRFNIS NACH STRESSABBAU UND SELBSTFINDUNG

Mehr als 26 Millionen Deutsche, im Alter über 20, geben – mit seit Jahren zunehmender Tendenz – Stressabbau und/oder Selbstfindung als ein wichtiges Bedürfnis an (Quelle: Burda Community Network GmbH (2008): Typologie der Wünsche). Die Ursachen für diese Entwicklung liegen in den wachsenden Anforderungen der Gesellschaft und vor allem des Berufslebens.

Arbeitnehmer sehen sich immer höheren Ansprüchen, komplexeren Tätigkeiten und steigender Verantwortung gegenüber. Verlangt werden neue Fähigkeiten, um widerstandsfähiger gegenüber Belastungen wie permanentem Zeit- und Erfolgsdruck zu sein. Immer mehr Unternehmen sehen die Notwendigkeit entgegenzusteuern und bieten im Rahmen eines betrieblichen Gesundheitsmanagements Programme zur mentalen Gesundheitsförderung an.

PSYCHISCHE GESUNDHEIT RÜCKT IN DEN MITTELPUNKT

- Erst unlängst hatte die EU in einem Dossier „Grünbuch psychische Gesundheit“ festgestellt, dass Depressionen und Angststörungen die am weitesten verbreiteten Krankheiten in der EU seien, 27% aller Erwachsenen sind betroffen – mit wachsender Tendenz.
- Jede dritte Frühberentung wird durch eine psychische Erkrankung verursacht. Während andere Erkrankungsarten, wie Herz-Kreislauf-Krankheiten, seit Jahren rückläufig sind, ist der Trend bei den psychischen Leiden genau gegenläufig: Seit 2003 sind sie statistisch der häufigste Grund für eine krankheitsbedingte Frühberentung (Quelle: Robert Koch-Institut: Gesundheitsbedingte Frühberentung. Gesundheitsberichterstattung des Bundes 2006).
- Ähnlich verhält es sich mit den ständig steigenden Krankheitstagen, die bei den deutschen Arbeitnehmern durch psychische Erkrankungen verursacht werden. Fehltage aufgrund anderer Erkrankungsarten haben, verglichen mit den psychischen Beschwerden, in den letzten zehn Jahren hingegen stetig abgenommen (Quelle: Bericht des Berufsverbandes Deutscher Psychologen (BDP) 2008 zur psychischen Gesundheit am Arbeitsplatz; BKK Gesundheitsreport 2007; BARMER Gesundheitsreport 2009; Wissenschaftliches Institut der AOK (WIdO) 2008).



GRUNDLAGEN

ZUR NEUAUSRICHTUNG DES GESUNDHEITSTOURISMUS IN RHEINLAND-PFALZ

● GESUNDHEITSURLAUB GEGEN DEN STRESS

Auch für den Gesundheitstourismus ergeben sich hervorragende Anknüpfungspunkte, um das Zukunftsthema „Mentale Gesundheitsförderung“ zu besetzen. Durch ein komplexeres und hektischer werdendes Lebensumfeld steigt das Bedürfnis nach Ruhe, Entschleunigung und Abstand vom Alltag. Immer mehr Menschen möchten dieses Bedürfnis gezielt mit einem Engagement für Ihre Gesundheit und ihr Wohl-

befinden verbinden. An gesundheitstouristischen Angeboten Interessierte geben an, am häufigsten mit vorwiegend körperlichen Problemen, wie mangelnder Fitness und Beweglichkeit, konfrontiert zu sein. Betrachtet man die Bereitschaft, durch einen Gesundheitsurlaub etwas dagegen zu tun, ist bei psychischen Beeinträchtigungen, wie Nervosität und Stress, Erschöpfung, Mattigkeit und Leistungsabfall, das Nachfragevolumen deutlich höher.

GESUNDHEITLICHE PROBLEME UND HANDLUNGSBEREITSCHAFT DER GESUNDHEITSTOURISMUS-INTERESSIERTEN, DURCH EINEN GESUNDHEITSURLAUB ETWAS DAGEGEN ZU TUN (AUSWAHL)

Art der gesundheitlichen Probleme	Prävalenz' (in % aller GF-Interessierten: 7,2 Mio.)	Handlungsbereitschaft, durch Gesundheitsurlaub etwas dagegen zu tun	
		in Prozent	Absolut (in Mio.)
Nervosität, Stress	29	61	1,2
Erschöpfung, Mattigkeit, Leistung	28	54	1,1
Chronische Bronchitis, Asthma	11	46	0,3
Depressionen	8	39	0,2
Rückenschmerzen	44	37	1,2
Rheuma/Gelenkschmerzen, Arthrose	26	35	0,4
Magen-/Verdauungsprobleme	17	34	0,6
Schlafstörungen	17	29	0,4
Mangelnde Beweglichkeit	33	24	0,6
Mangelnde Fitness/Kondition	46	23	0,8
Übergewicht	27	23	0,5
Herz-, Kreislaufprobleme	18	23	0,3

1) Prävalenz sagt aus, wie viele Menschen einer bestimmten Gruppe einer definierten Größe an einer bestimmten Krankheit erkrankt sind.

Quellen: Institut für Freizeitwirtschaft 2008: Der Gesundheitstourismus der Deutschen 2020 (S. 23, 32);
Basis: GT-Interessierte deutsche Bevölkerung ab 20 Jahre; Mehrfachnennung möglich;
Stichprobengröße 990 Befragte

Abbildung: Hohes Interesse, im Urlaub etwas gegen mentale und gesundheitliche Probleme zu unternehmen

● **ENTSPANNUNG UND ERHOLUNG – MÖGLICHT EFFEKTIV, NACHHALTIG UND IN KURZER ZEIT**

Gesundheitsurlaubern geht es darum, in möglichst kurzer Zeit den höchsten Grad an Entspannung und Erholung zu erreichen – gleichzeitig soll diese Entspannung und Erholung nachhaltig wirken. Aufgrund der veränderten Arbeitsbedingungen ist ein verstärkter Trend hin zu Kurzurlauben und Wochenendtrips zu verzeichnen. Auch im Gesundheitstourismus werden zunehmend kürzere Aufenthalte, die sich einfacher in den Alltag integrieren lassen, nachgefragt.

● **JÜNGERE ZIELGRUPPEN ANSPRECHBAR**

Ein weiterer Zusammenhang ist bedeutsam. Waren die gesundheitstouristischen Zielgruppen in der Vergangenheit eher älter, so verändert sich die Nachfragestruktur unter der Perspektive der mentalen Gesundheitsförderung: Auch jüngere Zielgruppen sind für einen gesundheitstouristischen Urlaub ansprechbar.



INTERESSENSCHWERPUNKTE FÜR GESUNDHEITSTOURISTISCHE KURSE UND ANGEBOTE

- **Interessen der 20-39jährigen:** Stressvermeidung ist in dieser Altersgruppe bei den Männern das vorrangige Thema (74%), Frauen sind vorrangig an Entspannungstechniken interessiert (65%), Stressvermeidung ist etwas weniger wichtig (57%).
- **Interessen der 40-59jährigen:** Stress abbauen. Sowohl bei Männern als auch bei Frauen stehen nun Entspannungstechniken im Vordergrund (65%). Darauf folgen Stressvermeidung (55%) und „life management“ (Schaffung von Zeit- und Kraftreserven) (gut 50%).
- **Interessen der über 60jährigen:** Bewegung und Ernährung. An erster Stelle sowohl bei Männern als auch bei Frauen stehen ernährungs- und bewegungsbezogene Kursinhalte. Für Frauen dieser Altersgruppe sind Schlafstörungen ein ernsthaftes Problem (49%).

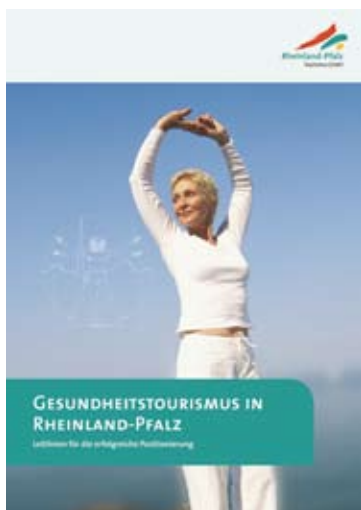
Quelle: Institut für Freizeitwirtschaft 2008: Der Gesundheitstourismus der Deutschen bis 2020 (S.298); Basis: gesundheitstouristisch Interessierte deutsche Bevölkerung ab 20 Jahren; Mehrfachnennung möglich.

GRUNDLAGEN

ZUR NEUAUSRICHTUNG DES GESUNDHEITSTOURISMUS IN RHEINLAND-PFALZ

● LEITLINIEN FÜR DEN GESUNDHEITSTOURISMUS: MENTALE AUSRICHTUNG SCHAFFT PROFIL

Basis für die erfolgreiche Marktbearbeitung des in der Tourismusstrategie definierten Schwerpunktthemas Gesundheit ist eine klare Strategie, die mit den im Sommer 2008 verabschiedeten Leitlinien festgelegt wurde: Das Land richtet sich im Gesundheitstourismus neu aus. Ziel ist eine eigenständige und selbstbewusste Neupositionierung, wobei die Kernkompetenzen des Landes integriert werden.



Die Leitlinien „Gesundheitstourismus in Rheinland-Pfalz“ können bei der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH angefordert bzw. direkt im Extranet der RPT unter www.extranet.rlp-info.de heruntergeladen werden.

Rheinland-Pfalz positioniert sich mit dem übergreifenden Thema „gesunde seelisch-geistige Verfassung“. Zielgruppen sind Menschen mit einer hohen psychischen Belastung im Berufs-, Familien- und Alltagsleben. Die gesundheits-touristischen Angebote des Landes sollen „negativem“ Stress entgegenwirken: mit gesundheitlich-medizinischer Qualität, einzigartigen Natur- und Landschaftsangeboten sowie mit Lebensfreude und Genuss.

Mit drei Angebotstypen, nämlich den Bereichen „Medical Mental Wellness“, „Wellness mit mentalen Entspannungsbausteinen“ und „Entschleunigung“, hebt sich das Land aus dem Markt- und Konkurrenzumfeld deutlich hervor.

• „Medical Mental Wellness“

stellt eine Übertragung des Medical Wellness-Begriffs auf den seelisch-geistigen Bereich dar. „Medical Mental Wellness“ bezeichnet das Wohlbefinden, die Lebenszufriedenheit und die Belastbarkeit, die eine gesunde seelisch-geistige Verfassung einschließen. Nur diejenigen Angebote werden unter „Medical Mental Wellness“ gefasst, die gesundheitswissenschaftlich anerkannt sind und von professionellem medizinisch-therapeutischem Personal begleitet werden.

• „Wellness mit mentalen Entspannungsbausteinen“

richtet sich an Kunden, die sowohl an körperlichem („sich etwas gönnen, sich verwöhnen lassen“) als auch seelischem Wohlbefinden („Ruhe finden“, „Stressabbau“) interessiert sind. Wellness-Angebote mit mentalen Entspannungsbausteinen erfordern keine medizinisch-therapeutische Begleitung. Sie kombinieren klassische Wellness-Programme mit medizinisch-psychologisch anerkannten Entspannungstechniken.

• Angebote der „Entschleunigung“

ermöglichen Ruhe und Rückzug vom Alltag in Kombination mit anerkannten Entspannungstechniken. Sie zielen auf die Motivation zum Stressabbau, auf eine Auszeit aus der alltäglichen Betriebsamkeit und auf Besinnung zu sich selbst ab. Diese Angebotsform kann von Anbietern dargestellt werden, die vor allem über eine Lagegunst mit absoluter Ruhe und in der Natur verfügen. Wellness-Einrichtungen sind hierfür nicht erforderlich.

● ZWEISTUFIGER PROZESS ZUR NEUAUSRICHTUNG

In den Prozess der Neuausrichtung sind seit 2008 eine Vielzahl von Akteuren einbezogen worden – die Neuausrichtung wurde gemeinsam erarbeitet. Die Umsetzung der Neuausrichtung ist in einem zweistufigen Prozess vorgesehen, der von der RPT federführend begleitet wird.

• **Stufe 1 „Grundlagenarbeit“:** Diese Stufe beinhaltet die Erarbeitung von Grundlagenuntersuchungen der Marktforschung und die Erarbeitung eines Produkt- und Qualitätskonzeptes. Ein eigens einberufenes Expertenteam, bestehend aus Medizinerinnen, Psychologen und Touristikern, hat die Konzepte für die Neuausrichtung entwickelt. Erste Produkte wurden gemeinsam mit ausgewählten „Pilotanbietern“ erarbeitet. Mit der Veröffentlichung des vorliegenden Leitfadens sowie der Erstellung einer ersten Image-/Produktbroschüre ist diese erste Phase abgeschlossen.

• **Stufe 2 „Markteinführung“:** Die zweite Stufe sieht die Ausarbeitung und Umsetzung einer umfassenden Marketingstrategie und die flächenhafte Umsetzung der Produktentwicklung im Land ab Mai 2009 vor. Bereits ab Juni 2009 greifen erste Maßnahmen im Marketing. Ab Winter 2009/10 ist eine umfassende Kampagne zur Markteinführung vorgesehen.

Expertengremium zur Neuausrichtung des Gesundheitstourismus in Rheinland-Pfalz

- PD Dr. med. Dr. rer. pol. Dipl.-Psych.
Niels Bergemann, AHG Kliniken Daun - Altburg
- **Michael Diversy**, Hochwald-Touristik GmbH, Weiskirchen
- **Bernhard Grunau**, Kloster Arenberg, Koblenz
- **Manfred Heinz**, AOK Rheinland-Pfalz, Regionaldirektion, Trier
- **Ralf Landoll**, DeHoGa Rheinhessen-Pfalz, Kaiserslautern
- **Ulrike März**, AOK Rheinland-Pfalz, Regionaldirektion, Trier
- Dr. med. **Matthias Menschel**, Menschels Vitalresort, Bad Sobernheim
- **Rainer Mertel**, Aktiengesellschaft Bad Neuenahr
- **Wenke Simon**, Unfallkasse Rheinland-Pfalz, Andernach
- **Nadine Schuster**, Psychologisches Institut, Universität Mainz

● ZIELSETZUNG UND GEGENSTAND DES LEITFADENS

Mit dem vorliegenden Leitfaden soll eine Produktentwicklung in möglichst vielen Orten und Betrieben angestoßen werden. Er dient damit als Informationsgrundlage und Wegweiser für alle gesundheitstouristischen Leistungsträger, Orte und Akteure in Rheinland-Pfalz. Ziel ist es, vertriebsfähige, buchbare Angebote zu entwickeln, die sich für die Vermarktung im Rahmen der Neuausrichtung eignen – also insbesondere Produkte und Programme mit mentalen Angebotschwerpunkten.

Die im Folgenden aufgezeigten Richtlinien, Erfahrungen und Standards beschreiben den Rahmen für die Produktentwicklung – der allerdings von den Anbietern selbst mit innovativen Ideen gefüllt werden muss. Es gilt, die eigenen Stärken und regionalen Potenziale offensiv aufzugreifen und in innovative, zielgruppengenaue Produkte mit klarem Profil und Leistungsversprechen zu integrieren. Dazu werden Handlungshilfen für die Angebotsentwicklung mit Zielgruppeninformationen, Programminhalten, notwendigen Produktbestandteilen und dazugehörigen Qualitätsanforderungen in den jeweiligen Angebotsbereichen aufgezeigt.

Steuerungsgruppe zur Neuausrichtung des Gesundheitstourismus in Rheinland-Pfalz

- **Hildegard Beickler**, Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau, Mainz
- **Nicole Dawood-Klein**, Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau, Mainz
- **Jeanette Dornbusch**, Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH, Koblenz
- **Werner Klöckner**, Tourismus- und Heilbäderverband Rheinland-Pfalz e.V., Koblenz
- **Frank Mies**, shapefruit AG, Bad Neuenahr
- **Dr. Achim Schloemer**, Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH, Koblenz
- **Dr. Britta Stolberg-Schloemer**, Industrie- und Handelskammer Koblenz



GRUNDLAGEN

ZUR NEUAUSRICHTUNG DES GESUNDHEITSTOURISMUS IN RHEINLAND-PFALZ



2. KONZEPT FÜR DIE NEUAUSRICHTUNG

2.1 ECKPFEILER DER NEUAUSRICHTUNG

● MENTALE GESUNDHEITSFÖRDERUNG IN DEN MITTELPUNKT STELLEN

Kern der Neuausrichtung ist die Nutzung des übergreifenden Schwerpunktes „gesunde seelisch-geistige Verfassung“ und „mentale Gesundheitsförderung“ – ausgerichtet auf Menschen mit einer hohen Belastung im Berufs-, Familien- und Alltagsleben. Die gesundheits-touristischen Angebote in Rheinland-Pfalz sollen für nachhaltige Erholung und Entspannung sorgen und auf diese Weise „negativem“ Stress, Erschöpfungszuständen und deren Folgeerkrankungen entgegenwirken.

● MENTALE UND KÖRPERLICHE SYMPTOME IN ENGEM ZUSAMMENHANG SEHEN

Die Liste von Spätfolgen und Folgeerkrankungen von negativem Alltagsstress, für Körper, Geist und Seele, ist lang. Stress ist nicht nur ein mentales Thema – vielmehr hat Stress eine Vielzahl von körperlichen Folgen, denen gezielt entgegen gewirkt werden kann. Umgekehrt gilt: Körperlichen Symptomen liegen oftmals psychische Belastungen zugrunde. Diese Zusammenhänge gilt es für den Gesundheitstourismus in Rheinland-Pfalz zu nutzen.

● **BREITE BETEILIGUNGSMÖGLICHKEITEN:**

CHANCEN FÜR ALLE ANBIETER IM LAND

Gesundheitstouristische Urlaube und Aufenthalte in Rheinland-Pfalz sollen dafür genutzt werden, Entspannung und Erholung wiederzufinden, Stress abzubauen oder den Umgang mit negativem Stress zu erlernen. Mentale Gesundheitsförderung bedeutet für Anbieter, Bewegungs-, Ernährungs- und Entspannungsangebote wirksam miteinander zu verbinden.

Die Chancen des neuen Ansatzes sind für alle Anbieter im Land groß: Neue Entwicklungsmöglichkeiten, viele Freiräume für eigene Spezialisierungen, Innovationen und Vielfalt, höhere Glaubwürdigkeit der Angebote aufgrund des ganzheitlichen Ansatzes, Verbesserung von Wirksamkeit und Nachhaltigkeit beim Gast, Erzeugung von Mehrwerten für die Gäste, Alleinstellung der Angebote aus Rheinland-Pfalz – und ein gemeinsamer Außenauftritt in einem Zukunftsmarkt, der derzeit von keinem vergleichbaren Anbieter konsequent besetzt wird.

● **ALLEINSTELLUNG SCHAFFEN – DIE STÄRKEN DES LANDES EINSETZEN**

Die Angebote im Rahmen der Neuausrichtung profilieren sich mit einer mentalen Ausrichtung und medizinisch-psychologisch wirksamen Bausteinen. Darüber hinaus sind weitere Argumente gefragt, um die Angebote nachhaltig und dauerhaft von anderen Anbietern abzugrenzen. Gerade hierfür haben Rheinland-Pfalz, seine Regionen, seine Orte und Anbieter viel zu bieten. Sie sind auf ihre ganz eigene Weise „typisch“ durch:

- den Charakter der Menschen: Lebensfreude, Genussorientierung, Gelassenheit, Gastfreundschaft
- die regionaltypischen Angebote, Gerichte und Getränke, allen voran der Wein
- die Besonderheiten von Natur und Landschaft: Wald- und Weinlandschaften, sanfte

Höhenzüge mit Aussichten über weite Flusstäler, Ortschaften mit historischer Bausubstanz und individuellem Charakter

- die lange Gesundheitstradition: Römer, Hildegard von Bingen, Emanuel Felke

Diese Besonderheiten des Landes, seiner Regionen und Orte können bei der Angebotsgestaltung und der Vermarktung genutzt werden. Jeder einzelne Anbieter ist gefragt, seine individuellen Stärken und Kompetenzen in gute Produkte mit einem unverwechselbaren Leistungsversprechen und eigenem Profil umzumünzen.

„Stressfolgen für Körper, Geist und Seele“

Depressionen, Angststörungen, Zwangsstörungen, Sucht und Abhängigkeit, Auslöser für Psychosen, Hörsturz, Tinnitus, Gedächtnisverlust, Grüner Star, Zahnbett-Erkrankungen, hohe Cholesterinwerte, Entzündungen, Immunsystemerkrankungen, Bluthochdruck, Herzrhythmusstörungen, Herzinfarkt, Schlaganfall, Arterienverkalkung, Impotenz, Menstruationsstörungen, Diabetes, Magenschleimhautentzündung, Darmschleimhautentzündung, Magengeschwüre, Darmgeschwüre, Reizdarm, Verstopfung, Durchfall, Fibromyalgie, Kopfschmerzen, Rückenschmerzen

Quelle: Lutz Hertel, Vorstandsvorsitzender Deutscher Wellness Verband, Impulsreferat „Wellness – ein Widerstandsprogramm gegen Alltagsstress?“, Bad Kreuznach 02.04.2008



GRUNDLAGEN

ZUR NEUAUSRICHTUNG DES GESUNDHEITSTOURISMUS IN RHEINLAND-PFALZ

● QUALITÄTSSTANDARDS BEACHTEN – QUALITÄT SICHERN

Alle im Markt erfolgreichen gesundheitstouristischen Angebote halten anerkannte Qualitätsstandards ein. Werden diese nicht beachtet – das zeigt die Erfahrung – setzen sich die Angebote am hart umkämpften Markt nicht durch. Dabei müssen folgende Qualitätsaspekte in den Mittelpunkt gestellt werden:

- Einbindung ausschließlich medizinisch-psychologisch anerkannter Angebotsbausteine und Verfahren unter Beachtung anerkannter medizinischer Qualitätsstandards.
- Einhaltung touristischer Qualitätsstandards, insbes. in der Beherbergung, wie z.B. DeHo-Ga-/DTV-Sterneklassifizierung, Qualitätszertifizierung nach ServiceQualität Deutschland.
- Sicherstellung der Aufenthaltsqualität durch Qualitätsstandards für alle Phasen der gesundheitstouristischen Dienstleistungskette – von der Einstimmung auf den Aufenthalt, der Informationsübermittlung im Vorfeld bis zur Nachbetreuung.



Dr. med. Andreas Keck, Geschäftsführer KECK MEDICAL GmbH

„Die Qualität der Programminhalte ist Voraussetzung für die erfolgreiche Marktansprache. Aus Vertriebsicht kann darüber hinaus das positive Abschneiden bei unabhängigen, anonymen Prüfverfahren von Gesundheitsangeboten (TÜV, Stiftung Warentest), die künftig stark an Bedeutung gewinnen werden, eine entscheidende Rolle spielen. Auch die Anbieter in Rheinland-Pfalz müssen damit rechnen, unangemeldet nach dem Motto: „Wird das versprochene und beworbene auch eingehalten?“, geprüft zu werden.“

● ZIELGRUPPENSCHARFE VERMARKTUNG UND VERTRIEB

Die RPT sorgt mit einer neuen Programm-Marke im Gesundheitstourismus für einen ganzheitlichen, koordinierten Marktauftritt des Landes. Ebenso, wie das künftige Produktportfolio, werden Marketing- und Vertriebsmaßnahmen zielgruppenorientiert ausgerichtet.

GRUNDLAGEN

ZUR NEUAUSRICHTUNG DES GESUNDHEITSTOURISMUS IN RHEINLAND-PFALZ

● MEHRWERTE FÜR KLASSISCHE „WELLNESS“ DURCH MENTALE ENTSPANNUNGSBAUSTEINE

In der ursprünglichen Philosophie verfolgt „Wellness“ einen ganzheitlichen Ansatz: Körper, Geist und Seele stehen im Mittelpunkt. Viele marktgängige Wellness-Angebote zielen jedoch stark auf den Körper ab. Sie sprechen Motive, wie z.B. „seinen Körper pflegen“, „sich etwas gönnen“, „sich verwöhnen lassen“ an. Auch in der klassischen Wellness bieten sich unter dem Blickwinkel der mentalen Gesundheitsförderung neue Chancen: Mentale Wellness-Motive, wie z.B. „Energie tanken“, „Stress abbauen“, können stark in den Vordergrund gerückt werden. Durch einen speziellen Schwerpunkt bekommen die Wellness-Angebote des Landes künftig ein eigenes Gesicht: Die Wellness-Hotellerie des Landes veredelt ihre Wellness-Angebote, indem sie – für den Gast optional zubuchbar – mentale Entspannungsbausteine einbindet.

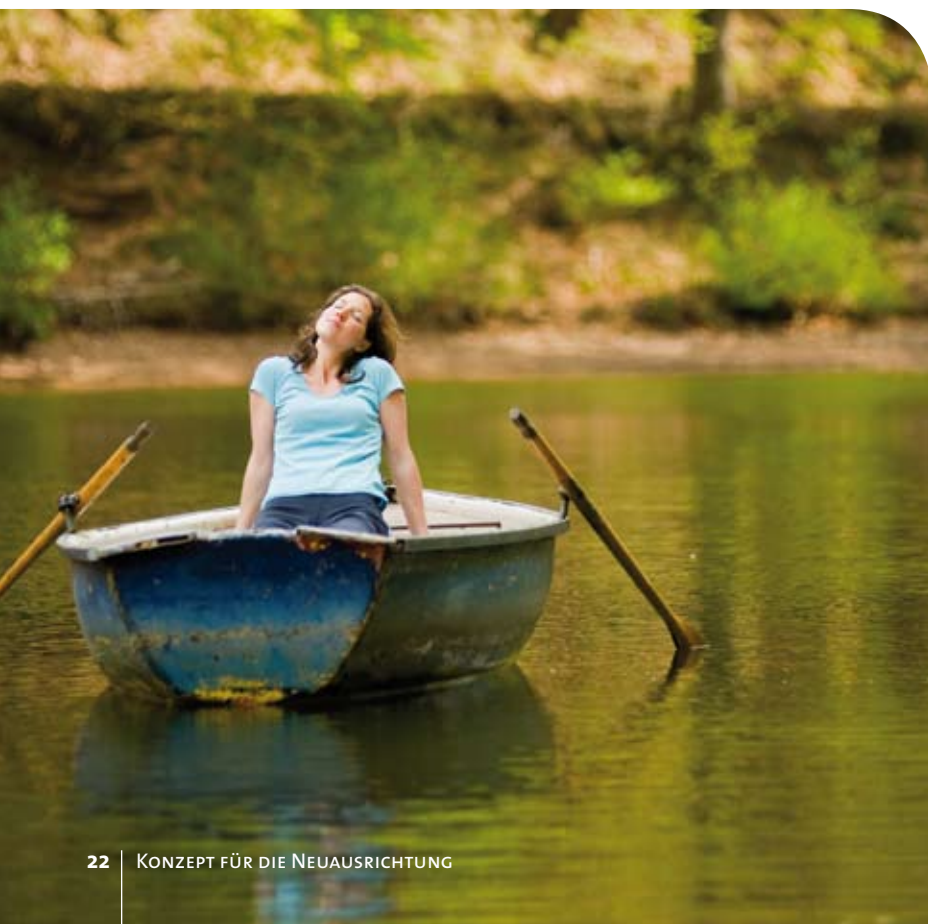
● „ENTSCHLEUNIGUNG“ – BESINNUNG AUF SICH SELBST UND RÜCKZUG VOM ALLTAG

Angebote der „Entschleunigung“ ermöglichen Ruhe und Rückzug vom Alltag. Sie zielen auf Stressabbau, auf eine Auszeit aus der alltäglichen Betriebsamkeit und auf Besinnung auf sich selbst ab. „Entschleunigung“ kann daher ausschließlich von Anbietern dargestellt werden, die über eine entsprechende landschaftlich attraktive Lage in absoluter Ruhe und über ein authentisches, individuelles Ambiente verfügen. Auch für „Entschleunigung“ zählt: Mentale Entspannungsbausteine sollen für den Gast optional zubuchbar sein.

Die herkömmliche Wellness-Infrastruktur wird nicht unbedingt benötigt, um „Entschleunigung“ zu bieten. Vielmehr zählt oftmals die Klarheit des Angebotes. So verfügen z.B. gerade einige Klöster des Landes über die erforderliche Lagegunst und Angebotsqualität. Sie bieten diese jedoch in einem bewusst schlicht gehaltenen Ambiente ohne großen Komfort an.

● QUALITÄTSSICHERUNG DER ENTSPANNUNGS- VERFAHREN IN DEN BEREICHEN „WELLNESS“ UND „ENTSCHLEUNIGUNG“

Für „Wellness“ und „Entschleunigung“ stehen den Gästen auf Wunsch medizinisch-psychologisch anerkannte Bausteine bzw. Entspannungsverfahren zur Verfügung. Um auch hier die Qualität zu sichern, ist zu gewährleisten, dass sie nachweislich zur Entspannung und Stressreduzierung geeignet sind. Die Anbieter sollten über mindestens einen Angebotsbaustein verfügen, welcher der Empfehlungsliste der Fachgruppe Entspannungsverfahren des Bundesverbandes der Deutschen Psychologen (Seite 24) entspricht und mit qualifiziertem Personal durchgeführt wird.



SALUTOGENESE

Salutogenese, wörtlich übersetzt mit „Erzeugung von Gesundheit“, ist der Sammelbegriff für einen umfassenden Ansatz zur Erhaltung und Erzeugung von Gesundheit. Salutogenese fragt nicht mehr, was krank macht, sondern umgekehrt, was eigentlich gesund erhält und gesund macht. Krankheitssymptome werden dabei als Hinweise verstanden, den wahren Ursachen der Symptome auf den Grund zu gehen und einen nachhaltigen „Gesundungsweg“ einzuschlagen.

Der salutogenetische Ansatz vermittelt den Menschen das Vertrauen und die Fähigkeiten, negativen Ereignissen und Erkrankungen begegnen zu können („Sense of Coherence and Hardiness“). Salutogenese umfasst somit nicht nur Wohlbefinden, sondern neben Lebensfreude und Genuss auch Lebenszufriedenheit und Belastbarkeit.

PRODUKTMERKMALE IN DEN DREI ANGEBOTSBEREICHEN

MEDICAL MENTAL WELLNESS	WELLNESS mit mentalen Entspannungsbausteinen	ENTSCHLEUNIGUNG
<ul style="list-style-type: none">• medizinisch-psychologisch anerkannt• medizinisch-psychologische Programmleitung• Angebote vorwiegend der Primärprävention, jedoch auch der Sekundär- und Tertiärprävention• auf mentales, geistig-seelisches Wohlbefinden gerichtet• ganzheitlich, auf nachhaltige Wirkung ausgerichtet, der Salutogenese verpflichtet• an Wellness-Hotellerie orientiert	<ul style="list-style-type: none">• auf körperliches Wohlbefinden gerichtet, jedoch auch Integration mentaler Angebotsbausteine (medizinisch-psychologisch anerkannte Entspannungsbausteine)• klare Ausrichtung auf Wellness-Klientel• nach Kundenwunsch optionale und individuelle Verfügbarkeit von Leistungsbausteinen	<ul style="list-style-type: none">• medizinisch-psychologisch anerkannte Bausteine der Entspannung• ergänzende entschleunigungsrelevante Angebote aus den Bereichen Bewegung, Ernährung, Kreativität• alle Bausteine für Kunden optional nutzbar• Lagegunst: absolut naturnahe, ruhige Lage in individuellem Umfeld mit Wohlfühlatmosphäre• Betriebe mit individuellem Charakter



Foto: Familien-Hotel Hochwald

GRUNDLAGEN

ZUR NEUAUSRICHTUNG DES GESUNDHEITSTOURISMUS IN RHEINLAND-PFALZ

DURCH DIE FACHGRUPPE ENTSPANNUNGSVERFAHREN DES BUNDESVERBANDES DER DEUTSCHEN PSYCHOLOGEN ANERKANNTE ENTSPANNUNGSVERFAHREN³:

- **Progressive Relaxation:** Das Prinzip der Progressiven Entspannung liegt im systematischen Wechsel von Anspannung und Entspannung einzelner Muskelgruppen. Dies ermöglicht es, ein genaues Gefühl für körperliche An- und Entspannung zu erreichen.
- **Autogenes Training:** Autogenes Training heißt, mit eigenen suggestiven (d. h. selbstbeeinflussenden) Kräften körperliche und seelische Entspannung einüben und hervorrufen zu können.
- **Tai Chi:** Tai Chi Chuan ist ein jahrhundertaltes chinesisches meditatives Bewegungssystem mit gesundheitsfördernden Aspekten, das aus einer Kampfkunst heraus entwickelt wurde. Im Tai Chi Chuan als Entspannungstraining kommt es in erster Linie auf Weichheit und Geschmeidigkeit an. Die Muskulatur soll im Laufe der Zeit in hohem Maße entspannt und die Gelenke sollen frei beweglich werden.
- **Qi Gong:** Umfasst verschiedenartige Techniken, wie Dehn-, Atem- und Lautübungen mit dem Ziel der Stärkung der Lebenskraft.
- **Yoga:** Yoga ist eine von sechs klassischen Schulen der indischen Philosophie, die rund 4000 Jahre zurückreicht. Yoga ist auch ein umfassendes Entspannungsverfahren, das sich verschiedener Wirkprinzipien, wie der Erweiterung der motorischen, respiratorischen (die Atmung betreffend) und kognitiven (Wahrnehmung, Denken) Kompetenzen, bedient.
- **Biofeedback:** Durch Biofeedback werden psychophysiologische Prozesse durch Darstellung wahrnehmbar gemacht. So werden z.B. Herzfrequenzvariabilität, Hautleitfähigkeit oder Atemfrequenz auf einem Monitor gezeigt oder akustisch wiedergegeben. Damit wird die Wechselwirkung zwischen emotionalen und körperlichen Zuständen erfahrbar und es kann ggf. gelernt werden, diese Zusammenhänge gezielt zu nutzen.
- **Hypnose:** Hypnose ist ein kommunikatives Verfahren zur Einleitung, Aufrechterhaltung und Beendigung eines Trance-Zustandes, eines Zustandes stark nach innen konzentrierter Aufmerksamkeit. Hypnose kann neben anderen Zwecken auch als Entspannungsverfahren genutzt werden.
- **Multimodale Stresskompetenz:** Ganzheitliches Stressmanagement. Neben Modifizierung kognitiver Bewertungen und Verhalten in Stresssituationen wird auch auf Änderungen des Ernährungsverhaltens und der Bewegungsgewohnheiten eingegangen. Ebenen des biologischen, psychischen und sozialen Systems einer Person stehen im Mittelpunkt.
- **PC gestützte Entspannungsverfahren:** Richten sich an Personen, die viel an Bildschirmen tätig sind. Schulung des Umgangs mit unterschiedlichen Entspannungsübungen, die vor allem die visuelle und körperliche Leistungsfähigkeit aufrechterhalten und verbessern soll.
- **Bochumer Gesundheitstraining:** Ganzheitliches Trainingsprogramm zur Stabilisierung der Gesundheit mit dem Ziel der Unterstützung und Stärkung der individuellen gesundheitsfördernden Möglichkeiten.

³. Die aufgeführten Methoden stellen eine Liste der derzeit anerkannten und geeigneten Verfahren zur Entspannung dar. Sie wird fortlaufend nach dem Stand der gesundheitswissenschaftlichen Diskussion erweitert.

● **QUALITÄTSSICHERUNG IN BEHERBERGUNGS-
BETRIEBEN MIT MENTALEN ENTSPANNUNGS-
BAUSTEINEN**

Die hohen Ansprüche an Ausstattung und Service spiegeln sich auch in den erforderlichen Beherbergungsstandards wieder. Für die Angebotsbereiche „Medical Mental Wellness“ und „Wellness mit mentalen Entspannungsbausteinen“ sind Mindestkriterien an die Beherbergung mit einer Klassifizierung nach DeHoGa (mindestens 3-Sterne oder vergleichbar) gestellt. Die erforderliche Wellness-Qualität orientiert sich an Standards etablierter und anerkannter Wellness-Qualitätssysteme (Deutscher Wellness Verband, Wellness Hotels Deutschland, Wellness Stars, etc.).

Anbieter aus dem Angebotsbereich der „Entschleunigung“ sollten ebenfalls klassifiziert sein. Stehen Klassifizierungskriterien der Philosophie des Hauses entgegen, (z.B. Fernseher/Telefon auf dem Zimmer), sind Ausnahmen nach individueller Prüfung zulässig.

Aufgrund des starken Organisationsgrades mit der Verzahnung verschiedener Teilleistungen und hinsichtlich der hohen Anforderungen an den Service ist ein anerkanntes Qualitätsmanagementsystem (mindestens ServiceQualität Deutschland, Stufe 1) für alle Anbieter erforderlich. Die Angebote sind weiterhin zwecks Online-Vertrieb in das Touristische Kommunikationsnetzwerk Rheinland-Pfalz (TKN) einzustellen.



**Nadine Schuster, Psychologisches Institut,
Universität Mainz:**

„Die von der Fachgruppe Entspannungsverfahren des Bundesverbandes der Deutschen Psychologen aufgeführten Entspannungstechniken stellen gesundheitswissenschaftlich anerkannte und wirkungsvolle Anwendungen zur Entspannung und Stressbewältigung dar. Diese Liste kann um weitere Verfahren nach dem aktuellen Stand der wissenschaftlichen Diskussion erweitert werden.“

• **Wellness-Qualitätssysteme:**

Sie dienen vorrangig der Qualitätssicherung und als Orientierungshilfe für den Gast. Für den Leistungsträger kann die Zertifizierung durch Wellness-Qualitätssysteme (Gütesiegel) ein geeignetes Vermarktungsinstrument darstellen, um das Vertrauen des Gastes zu gewinnen. Zu den etablierten, länderübergreifenden Systemen zählen bspw. die Zertifizierungen des Deutschen Wellness-Verbandes und der Wellness Hotels Deutschland.

• **Service Qualität Deutschland:**

ist das führende Qualitätssymbol im touristischen Dienstleistungsbereich in Deutschland. Das Qualitätsmanagementsystem in drei Stufen wird bereits in 15 Bundesländern angewandt. Nähere Infos zur ServiceQualität Deutschland in Rheinland-Pfalz:

www.servicequalitaet-rlp.de

- Das **Touristische Kommunikations Netzwerk Rheinland-Pfalz (TKN)** wird von der RPT gemeinsam mit den touristischen Regionalagenturen und Tourist-Informationen betrieben. Die RPT fungiert als landesweiter Lizenzgeber. Das TKN ist ein (Online-)Informations- und Reservierungssystem und bietet Leistungsträgern attraktive Vertriebsmöglichkeiten. Weitere Infos unter **www.extranet.rlp-info.de**.

GRUNDLAGEN

ZUR NEUAUSRICHTUNG DES GESUNDHEITSTOURISMUS IN RHEINLAND-PFALZ



2. KONZEPT FÜR DIE NEUAUSRICHTUNG

2.3 VERMARKTUNGS- UND VERTRIEBSKONZEPT

● MARKENFAMILIE FÜR SCHWERPUNKTTHEMEN IN RHEINLAND-PFALZ

Das Ziel der Tourismusstrategie 2015 ist die Konzentration auf chancenreiche Märkte und die Entwicklung zielgruppengerechter Produkte mit Alleinstellungsmerkmal. Rheinland-Pfalz vermarktet sich im Inland über die Themen Wandern, Radwandern, Wein und Gesundheitstourismus, welche in attraktive Markennamen übertragen werden:

RADWanderLand
RHEINLAND - PFALZ 

WANDERwunder
RHEINLAND - PFALZ 

WEINReich
RHEINLAND - PFALZ 

Für den Gesundheitstourismus sollte daher ebenfalls eine Programmarke entwickelt

werden, die sich in die Markenfamilie eingliedert und dabei verschiedene Markenwerte, wie zum Beispiel Lebensfreude, Entschleunigung, Medical Wellness, Belohnung und Auszeit, transportiert.

● PRODUKTMARKE ICHZEIT – ICH ALS MENSCH STEHE IM MITTELPUNKT

Die Wortmarke IchZeit assoziiert verschiedene Aussagen:

- Ich nehme mir bewusst Zeit für mich
- Weg mit dem Stress
- Sich selbst und den Körper ernst nehmen
- Erholung
- Raus aus dem Alltag

Mit der IchZeit wird künftig der Gesundheitstourismus in Rheinland-Pfalz im Markt positioniert. Hierbei ist wichtig, dass die drei Programmschwerpunkte – „Medical Mental Wellness“, „Wellness mit mentalen Entspannungsbausteinen“ und „Entschleunigung“

ein gemeinsames Fundament haben. Es soll sowohl die Markenwerte, die medizinisch-psychologischen Angebotsbausteine zur mentalen Gesundheitsförderung, die Lebensfreude und die regionaltypischen Alleinstellungsmerkmale beinhalten.

Des Weiteren wird die IchZeit auch als Partnermarke zur Kennzeichnung von IchZeit-Angeboten für Partner und Leistungsträger angeboten.



● MARKTBEARBEITUNG UND MARKETINGMASSNAHMEN

Die Marktbearbeitung im Gesundheitstourismus wird auf die drei entwickelten Programmschwerpunkte „Medical Mental Wellness“, „Wellness mit mentalen Entspannungsbausteinen“ und „Entschleunigung“ zugeschnitten. Hierbei wird die RPT die Gesamtkoordination übernehmen und eine zielgruppenorientierte Ausrichtung des Produktportfolios vornehmen.

Die Marketingmaßnahmen werden sich entsprechend der Programmschwerpunkte an Personen mit hohen beruflich oder familiär

bedingten Stressreaktionen ausrichten. Diese Zielgruppe, zwischen 30 und 50 Jahren, ist hoch gebildet, verfügt über ein überdurchschnittliches Einkommen und entstammt einem urbanen Milieu.

Nach der im Mai 2009 begonnenen Pilotphase des Marketings für die Pilotanbieter werden im Winter 2009/10 umfassende Marketing- und Vertriebsmaßnahmen gestartet. An die Maßnahmen können sich die Anbieter im Rahmen von Marketingpaketen beteiligen.

Die Marketingpakete der IchZeit werden auf der Kooperationsbörse und im Extranet der RPT www.extranet.rlp-info.de vorgestellt.



GRUNDLAGEN

ZUR NEUAUSRICHTUNG DES GESUNDHEITSTOURISMUS IN RHEINLAND-PFALZ

● UMSETZUNG IN KOMMUNIKATIONS- MASSNAHMEN

Image-/Produktbroschüre

Es wird eine umfangreiche Broschüre zur IchZeit in Rheinland-Pfalz mit Image, Informationen zur IchZeit-Philosophie, buchbaren Arrangements der Leistungsträger und der Leuchtturmprodukte herausgegeben. Integration eines Antwortelementes und Bewerbung der Internet-Plattform **www.IchZeit.info**.

Online-Portal www.IchZeit.info

Das Portal hat im Wesentlichen drei inhaltliche Säulen:

■ Säule 1:

Aktuelle Informationen und Neuigkeiten zu den Themen Prävention, Medical Wellness, Mentale Wellness

■ Säule 2:

Touristische Angebote, Arrangements von Hotels, Kurorten, Klöstern und weiteren gesundheitstouristischen Dienstleistern

■ Säule 3: Coaching-Bereich

Ziel dabei ist, den Kunden ein nachhaltiges, informatives und kundenbindendes Internetportal zu bieten. Die drei Angebotsbereiche werden mithilfe des Web 2.0 lebendig dargestellt. Des Weiteren wird ein strukturiertes Kunden-Feedback entwickelt. Die Bewertungen der Kunden werden im Internet veröffentlicht.

Auf die Integration von interaktiven medizinisch-psychologischen Anwendungen (Tools) wird ebenfalls Wert gelegt, die nach und nach um Angebote zur Ernährungs- und Bewegungsberatung ergänzt werden. Diese Werkzeuge sollen

dem Kunden helfen, die im Urlaub erlernten Methoden zur gesunden Lebensführung in den Alltag zu übernehmen. Ziel ist es, ein interaktiv-gestütztes Coaching-System aufzubauen, das dem IchZeit-Kunden nachhaltig zur Verfügung steht.

Zur Bewerbung der Print- und Onlinemedien wird die RPT ab Winter 2009/2010 eine umfangreiche Werbekampagne starten. Bei dieser Kampagne werden sämtliche Marketing- und Vertriebskooperationen ausgeschöpft. Unter anderem werden folgende Maßnahmen eingesetzt:

Online-Marketing

Das Online-Marketing der IchZeit Rheinland-Pfalz wird AdWord-Kampagnen bei Google umfassen, klassische Bannerwerbung, Web 2.0 Maßnahmen und Sonder-Online-Werbeformen in Online-Portalen vornehmen. Dazu zählen Bewertungstools, podcasts, RSS feeds, social bookmarks und mehr.

Direkt-Marketing – Endkundenmailing

Auf Basis der in 2008 durchgeführten Markt-, Potenzial- und Zielgruppenanalyse und des dabei entstandenen Kundenprofils werden zunächst 20.000 Endkunden-Adressen eingekauft. Diese werden über ein Mailing mit Antwortmöglichkeit angeschrieben, um sie auf die IchZeit Rheinland-Pfalz und das entstandene Internet-Portal aufmerksam zu machen. In das Mailing werden konkret buchbare Reiseangebote integriert. Auf dieser Basis, ergänzt durch ein E-mail-Newsletter, soll ein Kundenstamm für die IchZeit Rheinland-Pfalz aufgebaut werden.

Medienkooperation

Ziel ist eine nachhaltig hohe Präsenz der rheinland-pfälzischen Themen in den Kernmärkten Rhein-Ruhr und Rhein-Main. Um dieses Ziel zu erreichen, werden Medienkooperationen mit reichweitenstarken Titeln vorbereitet. Angestrebt wird eine redaktionelle Serie über mehrere Ausgaben, die durch Anzeigen und Sonderwerbeformen ergänzt wird. Durch eine Zusammenarbeit mit zielgruppenverwandten und weit verbreiteten Medien werden die Themen der drei Angebotsschwerpunkte transportiert.

Kooperationen

Unternehmen, Krankenkassen, betriebliches Gesundheitsmanagement und Fitnessstudioketten sind potenzielle Kooperationspartner der IchZeit Rheinland-Pfalz. Über diese angestrebten Partnerschaften werden zusätzliche Vertriebswege erschlossen.

Messen

Die IchZeit Rheinland-Pfalz besucht ausgewählte Themenmessen und wird auf der ITB 2010 zentrales Marketingthema der RPT sein.

Vertrieb

Die IchZeit Rheinland-Pfalz wird gezielt bei ausgewählten Reiseveranstaltern positioniert und auch über diese vertrieben.



LEITFADEN

FÜR DIE PRODUKTENTWICKLUNG

● DIE GRUNDLAGEN – VON DER IDEE ZUM PRODUKT

Ziel des Leitfadens ist es, Hilfestellung bei der Entwicklung buchbarer Programme und Produkte im Sinne der Neuausrichtung des Gesundheitstourismus in Rheinland-Pfalz zu geben. Sie sollen anschließend durch die Anbieter selbst, über die Rheinland-Pfalz-Tourismus GmbH und weitere Vertriebswege vermarktet werden können.

Die folgende Übersicht fasst zusammen, wie bei der Ausarbeitung der Produkte vorgegangen werden sollte. Der Leitfaden informiert über Zielgruppen, Programminhalte, Qualitätskriterien und Checklisten, und hilft bei der konkreten Gestaltung der Leistungen in den jeweiligen Angebotsbereichen.



Checkliste: Produktentwicklung in acht Schritten

1. Festlegung einer Produktidee

- Erste Skizze der Produktidee
- Zuordnung zu einem der drei Angebotsbereiche und ggf. weiterer zielgruppenrelevanter Angebotsfelder („Medical Mental Wellness“, „Wellness mit mentalen Entspannungsbausteinen“, „Entschleunigung“)
- Prüfung und Abgleich hinsichtlich der Bedürfnisse und Motivationen der Zielgruppen und Ausrichtung nach den dargestellten Programmzielen und -inhalten
- Zuspitzung auf eine Kundengruppe

2. Einbindung der Anforderungen des Produkt- und Qualitätskonzeptes

- Erfüllung der beschriebenen Anforderungen hinsichtlich Leistungserbringung, Qualität, Ausstattung, Atmosphäre und Durchführung der Programme sowohl in gesundheitlich-medizinischer als auch touristischer Hinsicht
- Berücksichtigung der strukturellen (Personal, Ausstattung, etc.) und prozess- und ergebnisrelevanten Qualitätsmerkmale (Betreuungs- und Servicestandards)
- Nutzung der Checklisten

3. Erstellung des Programms / des Produktes

- Festlegung der Kernleistungen: Unterkunft, Verpflegung, medizinisch-psychologische Programmleitung (nur „Medical Mental Wellness“), mentale Angebotsbausteine inkl. Entspannungsverfahren, ggf. weitere qualifizierte Gesundheitsmodule, Ergänzungsbausteine
- Beschreibung der jeweiligen Produktbausteine und Abgleich mit den zu erfüllenden Anforderungen - Nutzung der Checklisten
- Festlegung des Programmanbieters (z.B. Beherbergungsbetrieb, Kurverwaltung, etc.), der das gesamte Programm in touristischer und – im Fall von „Medical Mental Wellness“ – medizinischer Hinsicht gegenüber dem Kunden verantwortet
- Festlegung Dauer des Programms und ggf. einschränkender Zeiträume

4. Qualifizierte Gästebetreuung und Kundenorientierung:

- Berücksichtigung der gesamten gesundheitstouristischen Servicekette und damit vor allem Erfüllung von Standards zur Prozess- und Ergebnisqualität: u.a. Vorabinformationen, Einbindung der medizinischen Programmleitung (nur „Medical Mental Wellness“), Nachbetreuung

5. Individuelle und regionaltypische Umsetzung

- Einbindung der individuellen Stärken und Betonung der Kompetenz des Anbieters (Alleinstellung definieren: Was gibt es nur bei uns?)
- Übertragung landes- und regionaltypischer Stärken wie Lebensfreude, Gastfreundschaft, Genuss und Wein, Gesundheitstradition auf geeignete Angebotelemente sowie Betonung in Leistungsbeschreibung des Produktes

6. Festlegung der Preise

- Kalkulation der Preise unter Wahrung eines angemessenen Preis-Leistungs-Verhältnisses sowie unter Beachtung der geplanten Vertriebskanäle (Veranstalter-Vertrieb min. 20%)

7. Zusammenfassung und Leistungsbeschreibung

- Abschließende Zusammenfassung und Beschreibung der einzelnen Leistungen und dazugehörigen Bedingungen für das Produkt
- Aufbereitung in einer ansprechenden Leistungsbeschreibung und Bereitstellung von attraktivem und zielgruppen-gerechtem Bildmaterial zur Vorbereitung für die Vermarktung

8. TKN-Buchbarkeit

- Einstellung des Programms in das Reservierungssystem TKN Rheinland-Pfalz über den zuständigen TKN-Stützpunkt/Region

LEITFADEN

FÜR DIE PRODUKTENTWICKLUNG

● DARSTELLUNG DER ANGEBOTE:

LEISTUNGSBESCHREIBUNG

Kunden ohne Erfahrung mit Gesundheitsangeboten sind oft im Unklaren über einzelne Angebote und Leistungsbestandteile. Je besser die Information über das Angebot und seine Programmpunkte sind, desto eher ist eine Kauf- und Preisbereitschaft gegeben. Bei Information und Darstellung ist demnach in hohem Maße aufzuklären und zu informieren.

Darüber hinaus müssen „vertrauensbildende Maßnahmen“ entwickelt werden, um die Information zu unterstützen. Hierbei bieten sich Maßnahmen an, wie z.B. positive Erlebnisberichte von Kunden, die Unterstützung der Kommunikation durch bekannte und anerkannte Qualitätssiegel und Zertifikate sowie die schlüssige und glaubhafte Darstellung der Qualifikation und Erfahrung des eingesetzten Fachpersonals. Je griffiger das Angebot und je höher der individuelle Nutzen ist, insbesondere bei konkreten „Problemlagen“, desto höher liegt die Preisakzeptanz: Produktbeschreibung, Nutzen, Mehrwerte und Qualitätsniveau der Angebote müssen klar kommuniziert werden.



Checkliste: Leistungsbeschreibung

- Nennung Programmanbieter (Beherbergungsbetrieb, Kurverwaltung, etc.)
- Festlegung prägnanter Titel mit Bezug zur mentalen Ausrichtung
- einleitender kurzer redaktioneller Lustmacher mit Bezugnahme auf Programmziel und Darstellung der eigenen Anbieterkompetenz. Die Qualifikationen des Fachpersonals sind aufzuzeigen
- transparente Leistungsbeschreibung und klare Aufzählung der Leistungen: Preis, Verpflegungsart, Reisezeitraum und -dauer, ggf. weitere Bedingungen
- Nennung der medizinischen Programmleitung und deren Qualifikationen (nur im Angebotssegment „Medical Mental Wellness“)
- Verwendung von ansprechendem themenrelevantem und zielgruppengerechtem Bildmaterial

1. MEDICAL MENTAL WELLNESS

1.1 PROGRAMMINHALTE

● ANGEBOTSFELDER IN DEN BEREICHEN PRIMÄR-, SEKUNDÄR- UND TERTIÄRPRÄVENTION

Der Medical Wellness-Gast möchte etwas für seine Gesundheit tun. Ihm ist bewusst, dass Gesundheitsvorsorge die Lebensqualität steigern und Krankheiten verhindern kann. Die Angebotsinhalte zielen entweder auf die Erhaltung der Gesundheit und Leistungsfähigkeit (Primärprävention) ab, oder sie lassen sich auf der Grundlage von medizinisch angezeigten Indikationen und Symptomen, die dem Gast aufgrund einer ärztlichen oder eigenen Feststellung bewusst sind, ableiten (Sekundär- und Tertiärprävention).

Präventionsstufen

- **Primärprävention** richtet sich an gesunde Personen. Sie dient der Vermeidung oder Vorbeugung von Krankheiten und gesundheitsschädigendem Verhalten.
- **Sekundärprävention** dient der Verbesserung der Gesundheitssituation nach Früherkennung von Risiken oder Erkrankungen auf Basis einer medizinisch-fachlichen Diagnose. Sie richtet sich an Risikogruppen ohne Symptome und Personen mit (frühen) Symptomen.
- **Tertiärprävention** bezieht sich auf Personen mit bestehender Krankheit oder Behinderung. Hierbei geht es um eine positive Beeinflussung oder Besserung des Krankheitsverlaufes und die Vermeidung von Rückfällen oder Folgeschäden.

● KOMBINATION MENTALE GESUNDHEITSFÖRDERUNG MIT MEDICAL WELLNESS

Gemäß des neuen Ansatzes in Rheinland-Pfalz wird Medical Wellness mit mentaler Gesundheitsförderung zu „Medical Mental Wellness“ kombiniert. Diese Kombination kann auf zwei Wegen erfolgen (Seite 34):

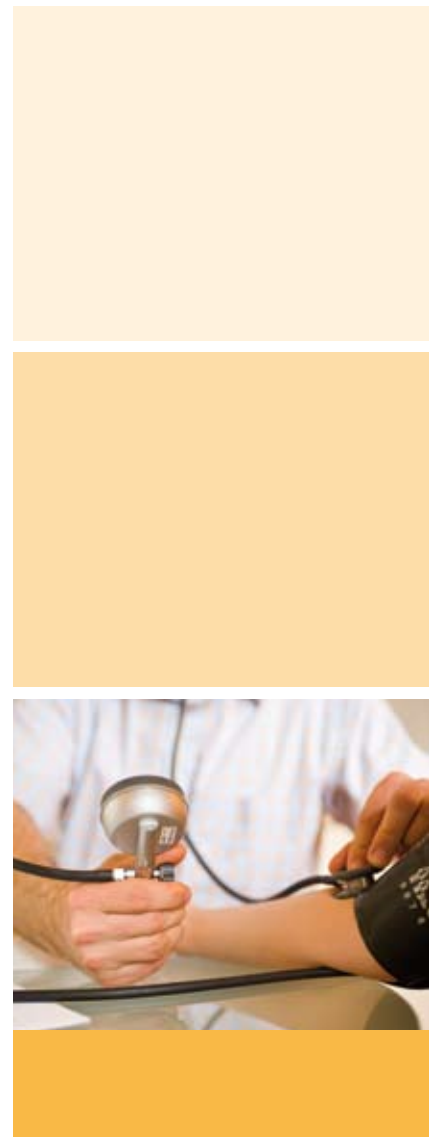
Variante 1 „Angebotsschwerpunkt in der mentalen Gesundheitsförderung“

Hierbei stehen die Bereiche Entspannung und Stressreduzierung klar im Mittelpunkt. Sämtliche Angebotsbausteine werden auf die mentale Gesundheitsförderung ausgerichtet, z.B. mit verschiedenen Entspannungstechniken, ergänzenden Bewegungsprogrammen und einem Beratungsangebot zur Schaffung von Zeit- und Kraftreserven.

Im Bereich der Primärprävention entstehen zur mentalen Gesundheitsförderung stress- und belastungsorientierte Angebote. Im Bereich der Sekundär- und Tertiärprävention können Menschen mit diagnostizierten Nervositäts- und Stressproblematiken, Erschöpfungs- und Müdigkeitszuständen und Schlafproblemen gezielt angesprochen werden.

Variante 2 „Angebotsschwerpunkt im körperbezogenen Bereich“

Im Mittelpunkt stehen Motivlagen oder Indikationen, die nicht auf die mentale, sondern auf die körperliche Gesundheit ausgerichtet sind. Um den Gast ganzheitlich und nachhaltig zu betreuen, werden, wie im nachfolgenden Schaubild dargestellt, auch Bausteine der mentalen Gesundheitsförderung integriert. So können z.B. Entspannungstechniken aus den Wellness- und Entschleunigungsangeboten genutzt werden.



LEITFADEN

FÜR DIE PRODUKTENTWICKLUNG

Bausteine zur mentalen Gesundheitsförderung Einbindung in körperbezogene Programme

- Einbindung von anerkannten **Entspannungstechniken** der Fachgruppe Entspannungsverfahren des Bundesverbandes der Deutschen Psychologen: Progressive Relaxation, Autogenes Training, Tai Chi, Qi Gong, Yoga, Biofeedback, Hypnose, Multimodale Stresskompetenz, PC gestützte Entspannungsverfahren, Bochumer Gesundheitstraining. Die aufgeführten Methoden stellen eine Liste der derzeit anerkannten und geeigneten Verfahren zur Entspannung dar. Sie wird fortlaufend nach dem Stand der gesundheitswissenschaftlichen Diskussion erweitert.
- Einbindung von Maßnahmen der **mentalen Belastungsanalyse**: Diese Maßnahmen können sowohl medizinisch-psychologisch anerkannte Fragebögen als auch physiologische Untersuchungen (z.B. Hautleitfähigkeit, Herzfrequenzvariabilität) umfassen.

● ANGEBOTE DER PRIMÄRPRÄVENTION

Bei der Primärprävention wird die Motivation zur Erhaltung der eigenen Gesundheit und Leistungsfähigkeit angesprochen. Obgleich es sich bei den Zielgruppen der Primärprävention um Menschen ohne spezielle Diagnose handelt, ist es dennoch erforderlich, dass die Programme sich durch einen spezifischen, gesundheitsbezogenen Nutzwert auszeichnen.

Beispiele hierfür sind: Steigerung des Wohlbefindens, nachweislich vorbeugende Wirkung hinsichtlich mentaler aber auch körperlicher Beschwerden, Erhalt der Leistungsfähigkeit im privaten und beruflichen Lebensumfeld. Angebotsbausteine können sein: Stressabbau, Lebensstil-Beratung, Wahrung der Work-Life-Balance, etc. Im Sinne der ganzheitlichen Ausrichtung sind die Komponenten Bewegung und Entspannung/Stressbewältigung in der Anwendung nicht zu trennen.

ANGEBOTSFELDER „MEDICAL MENTAL WELLNESS“

VARIANTE 1

Angebotsschwerpunkt in der mentalen Gesundheitsförderung

PSYCHE

lebensumfeldbezogene Leistungsfähigkeit
berufliche Stressbelastungen
familiäre Stressbelastungen

Nervosität & Stress

Erschöpfung & Mattigkeit

Schlafprobleme

VARIANTE 2

Angebotsschwerpunkt im körperbezogenen Bereich

BASIS

etwas Gutes für die Gesundheit tun

KÖRPER

körperliche Leistungsfähigkeit

VITALITÄT & ANTIAGING

körperliche und geistige Leistungsfähigkeit

Rückenschmerzen, Fitness

(Beweglichkeit, Kraft & Kondition)

Herz & Kreislauf

PRIMÄRPRÄVENTION

Motivation: allgemeine Gesunderhaltung, Wahrung der Work-Life-Balance etc.

SEKUNDÄR-TERTIÄR-PRÄVENTION

Motivation: vorhandene Indikationen bzw. Selbstdiagnose zu echten Problemlagen etc.



Angebotsfeld „Psyche“

Angebote im Bereich „Psyche“ greifen die Motivation zur Erhaltung der eigenen Leistungsfähigkeit in den unterschiedlichen beruflichen, familiären und sozialen Lebensumständen auf. Ziel der Angebote ist es, bei den Gästen nachhaltige Entspannung, ein verbessertes Wohlfühlgefühl, innere Ruhe und Gelassenheit zu erzeugen, Stress zu reduzieren und ungesundem Stress vorzubeugen. Wesentliche Angebotsinhalte sind: Entspannungs- und Bewegungsbausteine, Beratung und Coaching zur Schaffung von Zeit- und Kraftreserven, ergänzend um entspannungsfördernde gesunde Ernährung und Bewegung.

Zielgruppeninformation Angebotsfeld „Psyche“

Kernmotiv	■ Erhalt der lebensumfeldbezogenen Leistungsfähigkeit (Beruf, Familie, Soziales)
Zielgruppenmerkmale	■ Personen mit beruflich und/oder familiär bedingten Stressreaktionen ■ Mitte/Ende 30 bis ca. Mitte 50, hohes Bildungsniveau, Berufe in denen überdurchschnittlich häufig Stressreaktionen auftreten (vor allem Führungskräfte, Lehrer, Ärzte), überdurchschnittliches Einkommen, städtisches Milieu

Angebotsfeld „Basis“

Diese Angebote zielen ganz allgemein auf das Bedürfnis ab, „etwas Gutes für die eigene Gesundheit tun zu wollen“. Inhalte können alle Formen von Bewegungs-, Entspannungs- und Ernährungsangeboten sein, die die Kompetenzen für eine gesundheitsförderliche Lebensweise beim Gast erhöhen.

Zielgruppeninformation Angebotsfeld „Basis“

Kernmotiv	■ Übergreifendes Bedürfnis, etwas Gutes für die eigene Gesundheit tun wollen
Zielgruppenmerkmale	■ alle an einer Erhaltung und Steigerung der eigenen Gesundheit interessierten Personen ■ Anfang/Mitte 30 bis ca. Ende 60, alle Berufs-, Einkommens- und Bildungsgruppen

Angebotsfeld „Körper“

Das Erhalten der körperlichen Leistungsfähigkeit im beruflichen und privaten Umfeld steht hier im Mittelpunkt. Die Angebotsinhalte sind: Steigerung der körperlichen Leistungsfähigkeit und des körperlichen Wohlfühlgefühls, Verbesserung von Fitness, Koordination und Kondition, ergänzende Ernährungsprogramme und Entspannungstechniken, Schulung und Beratung zur Verankerung gesunder Lebensweisen im Alltag.

Zielgruppeninformation Angebotsfeld „Körper“

Kernmotiv	■ Erhalt der körperlichen Leistungsfähigkeit, um im beruflichen und privaten Umfeld gesund zu leben und belastbar zu sein
Zielgruppenmerkmale	■ Personen mit Bewegungsarmut, Personen mit vorwiegend sitzenden Tätigkeiten ■ Personen mit besonderen Belastungen des Haltungs- und Bewegungsapparates ■ Mitte 30 bis Ende 50, berufstätig, überdurchschnittliches Einkommen, hohes Bildungsniveau

LEITFADEN

FÜR DIE PRODUKTENTWICKLUNG

Angebotsfeld „Vitalität & Anti-Aging“

Bei Anti-Aging-Angeboten steht die Motivation zum Erhalt der körperlichen und geistigen Leistungsfähigkeit an erster Stelle. Zielgruppen mit Interessen an diesen Angeboten möchten bis ins hohe Alter vital sein und das Leben genießen. Angebotsinhalte sind: Vorbeugung von altersbedingten Erkrankungen und Einschränkungen der Lebensqualität, Steigerung des körperlichen und seelischen Wohlbefindens, hierzu Bewegungs- (Kondition, Muskelaufbau, Koordination) und Ernährungsprogramme, Angebote zur Steigerung der geistigen Leistungsfähigkeit.

Zielgruppeninformation Angebotsfeld „Vitalität & Anti-Aging“

Kernmotiv	<ul style="list-style-type: none"> ■ Erhalt der körperlichen und geistigen Leistungsfähigkeit, um privaten Lebensgenuss zu realisieren
Zielgruppenmerkmale	<ul style="list-style-type: none"> ■ Personen ab Mitte 50, häufig mit nicht diagnostizierter Bewegungsarmut, Haltungsfehlern und Risiken für Übergewicht und Bluthochdruck ■ Anfang/Mitte 50 bis ca. 70 Jahre, hohes Bildungsniveau, berufstätig/nicht mehr berufstätig, überdurchschnittliches Einkommen



● ANGEBOTE DER SEKUNDÄR- UND TERTIÄR-PRÄVENTION

Personen mit vorhandenen bzw. diagnostizierten Symptomen sind motiviert, ihre Gesundheitssituation zu verbessern, insbesondere nach Früherkennung spezifischer Risiken (Sekundärprävention). Sie sind geneigt, den Verlauf einer bestehenden Krankheit positiv zu beeinflussen, Rückfälle und Folgeschäden (Tertiärprävention) zu vermeiden. Die Angebotsfelder und -inhalte

leiten sich aus den vorhandenen Symptomen und Indikationen ab.

Mentale Problemlagen, kritische Ereignisse oder Lebensphasen können auch ohne eine ärztliche Diagnose zur Nachfrage von Angeboten führen („Selbstdiagnose“). Bei einem hohen Problemdruck sind Angebote – auch ohne vorhandene ärztliche Diagnose – nach den Anforderungen der Sekundär- und Tertiärprävention zu gestalten.

Angebotsfeld „Nervosität & Stress“

Im Angebotsfeld „Nervosität & Stress“ zielen die Programme auf den Abbau von Stressreaktionen im beruflichen und privaten Umfeld und auf die Erhöhung der Fähigkeit zum Selbstmanagement ab. Es gilt, gesundheitsgefährdenden Stressreaktionen vorzubeugen und sie nachhaltig zu vermeiden. Hierfür sind in erster Linie Bewegungs- und Entspannungsangebote, kombiniert mit ernährungsbezogenen Angeboten, gefragt.

Zielgruppeninformation Angebotsfeld „Nervosität & Stress“

Kernmotiv	■ Nervosität & Stress
Zielgruppenmerkmale	■ Personen mit beruflich oder familiär bedingten Stressreaktionen, Personen mit Stressfolgen ■ Mitte/Ende 30 bis ca. 60 Jahre, Prävalenz bei Männern deutlich höher, Berufe mit häufigen Stressreaktionen, eher städtisches Milieu, hohe Einkommen

Angebotsfeld „Erschöpfung & Mattigkeit“

Der Abbau beruflich bedingter Überforderungssituationen, die häufig auch mit altersbedingt abnehmender Leistungsfähigkeit zusammen hängen, und das Steigern der Fähigkeit wiederkehrende Erschöpfungszustände zu vermeiden, stellen die Ziele in diesem Angebotsfeld dar. Gesundheitsfachlich begleitete Programme zur Regeneration und Steigerung der Leistungsfähigkeit (Entspannung, Bewegung und Ernährung) kommen zum Einsatz. Die Programmausrichtung ist jeweils nach Personen mit altersbedingten sowie mit lebens-/berufsumfeldinduzierten Erschöpfungszuständen zu unterscheiden.

Zielgruppeninformation Angebotsfeld „Erschöpfung & Mattigkeit“

Kernmotiv	■ Erschöpfung & Mattigkeit
Zielgruppenmerkmale	■ Personen mit aus dem Lebensumfeld (beruflich und/oder privat) resultierenden Überforderungssituationen und damit im Zusammenhang stehenden Erschöpfungszuständen ■ Männer und Frauen im Alter von 40-59 Jahren, Männer auch im Alter 60+; keine spezifischen Berufsbilder oder weitere soziodemographischen Kennzeichen

Angebotsfeld „Schlafprobleme“

Schlafprobleme abbauen und zu einem gesunden Schlaf zu verhelfen, sind die Ziele dieses Angebotsbereichs. Insbesondere Frauen, aber auch Männer mit einer hohen Belastungssituation, sind aufgrund der häufig auftretenden Schlafprobleme gezielt anzusprechen. Die Angebote beinhalten gesundheitsfachlichbegleitete Entspannungsprogramme, kombiniert mit Beratungs- und Trainingsangeboten zur Behebung verhaltensbezogener Ursachen.

Zielgruppeninformation Angebotsfeld „Schlafprobleme“

Kernmotiv	■ Schlafprobleme
Zielgruppenmerkmale	■ Personen mit verhaltensbedingten Schlafproblemen ■ Personen mit organisch/psychisch bedingten Schlafproblemen. (Hinweis: Sofern es sich um organisch oder psychisch bedingte Schlafprobleme handelt, ist ein Angebot mit gesundheitsfachlicher Begleitung bzw. Nachbetreuung im häuslichen Umfeld des Kunden notwendig.) ■ vorwiegend Frauen im Alter ab Anfang/Mitte 40, Männer im Alter von 40-59 Jahren, keine spezifischen soziodemographischen Kennzeichen

LEITFADEN

FÜR DIE PRODUKTENTWICKLUNG

Angebotsfeld „Rückenschmerzen“

Rückenprobleme sind in der Bevölkerung weit verbreitet. Angebote für Menschen mit Rückenproblemen sollen helfen, verhaltensbedingte, (häufig) chronische oder wiederkehrende Rückenschmerzen abzubauen. Hierbei sind verhaltensbedingte Rückenschmerzen (z.B. Fehlhaltung, mangelnde Bewegung, körperlich belastende Berufe, berufliche oder privat bedingte Stressbelastung) und körperlich bedingte Rückenschmerzen zu unterscheiden. Bei erstgenannten Problemen sind vorwiegend Bewegungs- und Entspannungsangebote gefragt, während bei körperlich bedingten Rückenschmerzen die Programme spezifisch auf die zugrunde liegende Diagnose abzustimmen sind.

<i>Zielgruppeninformation Angebotsfeld „Rückenschmerzen“</i>	
Kernmotiv	■ Rückenschmerzen
Zielgruppenmerkmale	<ul style="list-style-type: none"> ■ Berufstätige mit vorwiegend sitzender oder stehender Tätigkeit und/oder einseitiger Belastung ■ Personen mit Rückenproblemen ■ vorwiegend Mitte/Ende 30 bis Mitte 50, Männer erheblich stärker betroffen als Frauen (aber Frauen mit höherer Handlungsbereitschaft), keine spezifischen Berufsbilder oder weitere soziodemographische Kennzeichen

Angebotsfeld „Fitness (Beweglichkeit, Kraft & Kondition)“

Ziel der Präventionsprogramme „Fitness“ ist es, den meist verhaltensbedingten Mangel an Fitness und Beweglichkeit auszugleichen und damit Folgeschäden, z.B. Bluthochdruck, koronare Herzkrankheit, Rückenschmerzen, Diabetes mellitus, etc., vorzubeugen. In erster Linie sind Elemente aus den Bereichen Bewegung und Ernährung in die Programme zu integrieren. Die Ausrichtung der Programme ist entsprechend den individuellen Ursachen und Motivationen (vorwiegend mangelnde Bewegung, sowohl falsche Ernährung als auch mangelnde Bewegung, etc.) anzupassen.

<i>Zielgruppeninformation Angebotsfeld „Fitness (Beweglichkeit, Kraft & Kondition)“</i>	
Kernmotiv	■ mangelnde Fitness (Beweglichkeit, Kraft & Kondition)
Zielgruppenmerkmale	<ul style="list-style-type: none"> ■ Berufstätige mit vorwiegend sitzender oder stehender Tätigkeit und/oder einseitiger Belastung ■ Personen mit besonderen Belastungen des Haltungs- und Bewegungsapparats sowie schwach ausgeprägter Muskulatur ■ Personen mit Rückenproblemen, Personen mit Präadipositas o. Adipositas (Fettleibigkeit) ■ Männer und Frauen von Anfang/Mitte 40 bis Ende 60, bei Frauen ist die Handlungsbereitschaft im fortgeschrittenen Alter höher als bei Männern, keine spezifischen Berufsbilder oder weitere soziodemographische Kennzeichen

Angebotsfeld „Herz & Kreislauf“

Präventionsmaßnahmen gegen eine Überlastung des Herz-Kreislauf-Systems sind im Angebotsfeld „Herz & Kreislauf“ Kerninhalt der Programme. Sie sind ausgerichtet auf die Erkennung und den gezielten Abbau von Risikofaktoren und auf die Stärkung des Herz-Kreislauf-Systems. Dazu bedarf es geeigneter Bewegungs- und Entspannungsprogramme. Ernährungsbezogene Aspekte sind ergänzend zu berücksichtigen.

<i>Zielgruppeninformation Angebotsfeld „Herz & Kreislauf“</i>	
Kernmotiv	■ Herz & Kreislauf
Zielgruppenmerkmale	<ul style="list-style-type: none"> ■ Berufstätige mit Bewegungsarmut ■ Personen, die beruflich unter starker Anspannung stehen ■ vorwiegend Mitte/Ende 40 bis Mitte 60, Männer erheblich stärker betroffen als Frauen, qualifizierte Berufe mit hohem Zeit-/Termindruck und/oder hoher Verantwortung, eher städtisches Milieu, hohe Einkommen

1. MEDICAL MENTAL WELLNESS

1.2 PRODUKTANFORDERUNGEN

● BEHERBERGUNGS-, GASTRONOMIE- UND WELLNESSLEISTUNG

Der „Medical Mental Wellness“-Gast erwartet gezielte und wirksame, anerkannte und gesundheitsfachlich-begleitete Programme in einer Wellness- und Wohlfühlatmosphäre, die auch im Alltag anwendbar und umsetz-

bar sind. Dies bedarf einer hohen Kompetenz des touristischen und medizinisch-therapeutischen Personals und einer modernen technischen Ausstattung. Zu medizinisch ausgerichtete Angebote mit einem „Zwangscharakter“ werden abgelehnt.

Checkliste: Beherbergungsleistung

Die Beherbergungsleistung ist eine wesentliche Säule des „Medical Mental Wellness“-Angebotes. Die Unterkunft muss den hohen Erwartungen der Zielgruppe an Qualität, Ausstattung und Service gerecht werden. Dazu gehört eine ruhige, das Wohlbefinden unterstützende Atmosphäre. Für „Medical Mental Wellness“-Angebote werden Betriebe mit deutlich gehobenem Standard (möglichst 3-Sterne bzw. 4-Sterne oder vergleichbar, serviceorientiert) vorausgesetzt. Darüber hinaus sind anerkannte Wellness-Standards bei der Angebotsgestaltung zu erfüllen⁴.

- Beherbergungsstandard von mind. 3-Sternen nach DeHoGa- oder DTV-Klassifizierung oder vergleichbar
- Vorhandensein eines anerkannten (touristischen) Qualitätsmanagementsystems, mindestens ServiceQualität Deutschland (Stufe 1)
- Buchbarkeit über TKN Rheinland-Pfalz
- ruhige, naturnahe Lage
- überwiegend Nichtraucherbereiche/-zimmer
- gesundheitsfördernde Raumausstattung (Lufthygiene, Vermeidung gesundheitsschädigender Emissionen)
- Wohlfühl- und Entspannungsambiente und Atmosphäre, kein klinisches Ambiente
- Obst und Getränke im Zimmer und Wellnessbereich, etc.
- Aufbewahrungs- und Reinigungsmöglichkeiten für Equipment (z.B. für Walking- oder Radkleidung und -ausrüstung, etc.)

Für alle Aufenthalts- und Anwendungsbereiche gilt

- Renovierungen finden in regelmäßigen Zyklen statt

⁴ Grundlage für die dargestellten Qualitätskriterien sind Standards, die sich an anerkannten Wellness-Qualitätssystemen wie Deutscher Wellness Verband, Wellness Hotels Deutschland, Wellness-Stars oder WellVital orientieren.



LEITFADEN

FÜR DIE PRODUKTENTWICKLUNG

Checkliste: Wellnessleistung

- moderner, hinreichend großer Spa-/Wellness-/Anwendungsbereich im Haus selbst oder „bademanteltauglich“ erreichbar mit
 - Wassererlebnis (beheizter Pool/Schwimmbad)
 - Sauna und/oder Dampfbad/Sanarium
 - Fitness-/Gymnastikraum
 - Räume für Anwendungen
 - abgeschlossene Ruhe- und Relaxbereiche
- freie Nutzung des Wellness- und Fitnessangebots während des Aufenthaltes
- ausreichend Badetücher im Wellness- und auch im Zimmer-Bereich
- Bademantel und Slipper sind verfügbar und im Preis inkludiert
- Obst und Getränke im Zimmer und Wellnessbereich vorhanden
- der Gast wird über die Vorteile und den Nutzen einzelner Wellnesanwendungen fachlich kompetent beraten
- die Wellnesanlagen werden täglich mehrfach auf Sauberkeit und Hygiene geprüft

Für alle Aufenthalts- und Anwendungsbereiche gilt

- Renovierungen finden in regelmäßigen Zyklen statt



Foto: PARK HOTEL Bad Salzig

Checkliste: Gastronomieleistung

Das gastronomische Angebot richtet sich klar nach gesundheitlichen Gesichtspunkten aus, u.a. auch: Angebote für Gäste mit speziellen Ernährungsbedürfnissen: diabetesgerecht, vegetarisch, etc.

- Verwendung von Produkten überwiegend aus der Region und nach Saison
- täglich mindestens ein Vollwert- oder vegetarisches sowie ein kalorienreduziertes Gericht im Angebot
- Gästeservices für z.B. Diabetiker- und/oder Allergiker vorhanden
- ernährungsrelevante Informationen zu den angebotenen Speisen sind vorhanden
- es herrscht ruhige und entspannte Atmosphäre in den gastronomischen Räumlichkeiten
- der Gastronomiebereich ist rauchfrei

● GESUNDHEITLICH-MEDIZINISCHE ANGEBOTS-QUALITÄT

Die medizinischen Leistungen des Anbieters stützen sich auf etablierte Leitlinien und Standards, insbesondere den Leitfaden Prävention der Spitzenverbände der Krankenkassen (vgl. Ausführungen zum Leitfaden Prävention Seite 21). Zu erfüllen sind dabei die Kriterien hinsichtlich der im Leitfaden dargestellten Qualifikationen für die medizinisch-therapeutische Begleitung. In der Angebotsdarstellung ist es wichtig, den Mehrwert medizinisch-psychologisch anerkannter und begleiteter Angebote herauszustellen und transparent für die Kunden aufzubereiten. Dabei müssen die Qualifikationen, Erfahrungen und Spezialkenntnisse des medizinisch-psychologischen Personals deutlich werden. Im Folgenden werden die verschiedenen Rollen und ihre Qualitäts- und Qualifikationsanforderungen dargestellt.

Programmanbieter

Der Programmanbieter (z.B. Beherbergungsbetrieb, Kurverwaltung, etc.) des „Medical Mental Wellness“-Angebotes verantwortet das gesamte Programm in touristischer und medizinischer Hinsicht gegenüber dem Kunden. Der Programmanbieter sichert neben der dargestellten medizinisch-psychologischen Programmleitung auch die Qualifikation des übrigen eingesetzten Personals.

Medizinisch-psychologische Programmleitung

„Medical Mental Wellness“-Programme beinhalten gesundheitsfachlich anerkannte und begleitete Leistungen. Im Mittelpunkt steht dabei die medizinisch-psychologische Programmleitung, die – mit Präventionsstufe steigend – bestimmte Qualifikationsanforderungen erfüllen muss. Sie verantwortet das medizinisch-psychologische Programm und ist in das Angebot eingebunden.

Checkliste: Personalqualität und Programmleitung

- ein Arzt/Psychologe ist an der Entwicklung des Programms beteiligt
- Die medizinisch-psychologische Programmleitung ist mit ihren Qualifikationen benannt (Vita/Qualifikation einsehbar) und erfüllt diese je nach Präventionsstufe des Programms:
 - Primärprävention: examinierte Gesundheitsfachberufe und spezielle Heilberufe mit staatlicher Anerkennung und ggf. erforderlicher Zusatzqualifikation
 - Sekundärprävention: akademischer Heilberuf (Arzt, ggf. mit programmrelevanter Zusatzqualifikation, Diplom-Psychologe, psychologischer Psychotherapeut, Diplom-Rehabilitationspsychologe)
 - Tertiärprävention: Facharzt
- Die medizinisch-psychologische Programmleitung ist in den Aufenthalt angemessen eingebunden (mindestens Eingangsscheck und Abschlussgespräch), siehe auch Punkt 1.3 Servicestandards (Seite 44)
- Das eingesetzte Personal zur medizinisch-psychologischen Betreuung und Behandlung der Gäste erfüllt die Qualifikationsstandards des Leitfadens Prävention der Spitzenverbände der Krankenkassen.

LEITFADEN

FÜR DIE PRODUKTENTWICKLUNG

● BAUSTEINE, ANWENDUNGEN UND KURSE

Wesentlicher Bestandteil des „Medical Mental Wellness“-Programms sind medizinisch anerkannte Module der Gesundheitsförderung. Der Anbieter verfügt über mindestens ein Modul pro Handlungsfeld „Stressbewältigung/Entspannung“, „Bewegung“ und „Ernährung“.

Es bestehen hohe Erwartungen an die zeitliche und inhaltliche Flexibilität: kein Druck, kein Termini stress. Die Angebote sollten hinreichend Freiraum für eine individuelle Gestaltung des Angebotes lassen, z.B. durch optionale Bausteine in Bezug auf Kurse und ein nicht verpflichtendes Rahmenprogramm.

Checkliste: Module der Gesundheitsförderung

Verfügbare Mindestangebote

- aus dem Handlungsfeld „Stressbewältigung/Entspannung“:
Entspannungsverfahren und -methoden (anerkannte Verfahren des Bundesverbandes der Deutschen Psychologen: Progressive Relaxation, Autogenes Training, Tai Chi, Qi Gong, Yoga, Biofeedback, Hypnose, Multimodale Stresskompetenz, PC gestützte Entspannungsverfahren, Bochumer Gesundheitstraining.)
- wenn das Programm auf die Lebensstiloptimierung abzielt: Integration von entsprechenden Maßnahmen (Trainings und Beratungsleistungen) zur multimodalen Stressbewältigung
- aus dem Handlungsfeld „Bewegung“:
z.B. Nordic-Walking, Wassergymnastik, Wirbelsäulengymnastik, etc.
- aus dem Handlungsfeld „Ernährung“:
z.B. Ernährungsberatung, Kurse für gesundes Kochen, etc.
- Zusatzmodule (Anwendungen, Kurse) sind verfügbar und vor Ort leicht zu buchen

Organisation

- die Anwendungen finden vorzugsweise hausintern in der Einrichtung der Unterkunft statt bzw. sind in unmittelbarer Nähe fußläufig leicht zu erreichen
- Optionale Bereitstellung eines Hol-/Bringservices sofern Anwendungen nicht hausintern bzw. bei Partnereinrichtungen stattfinden und nicht fußläufig erreichbar sind
- Einhaltung von datenschutzrechtlichen Bestimmungen (Vertraulichkeit und Schutz, Auskunfts-, Einsichts- und Änderungsrechte)

Aufenthalts- und Behandlungsräume

- Sicherstellung eines touristisch angemessenen, gesundheitsfördernden und das Wohlbefinden fördernden Raumklimas
- Renovierungen finden in regelmäßigen Zyklen statt

Neben den aufgeführten Kernbestandteilen eines „Medical Mental Wellness“-Programms sollten weitere Programmbausteine optional angeboten werden (vor Ort buchbar bzw. individuell zu nutzen).



Checkliste: Ergänzende Angebote

- Beautyangebote: Kosmetikbehandlungen für Gesicht und Körper, z.B. Peeling, Kräuterdampf, Gesichtsmassagen, Pflegepackung, Tagespflege, etc.
- bei längeren Aufenthalten: Angebot von Programmen und Aktivitäten zur kulturellen Unterhaltung bzw. Kennenlernen der umgebenden Region und Natur
- das Personal hält Tipps zu individuellen Walking-, Wander- oder Radfahrangeboten bereit

● ANGEBOTSDAUER

Die Länge von „Medical Mental Wellness“-Aufenthalten ist unterschiedlich, wobei kürzere Aufenthalte den Schwerpunkt darstellen. Die Buchung der Angebote erfolgt ganzjährig, aufgrund der relativen Wetterunabhängigkeit vermehrt im Frühjahr, Herbst und Winter. Es lassen sich folgende Empfehlungen zur Dauer der Programme ableiten:

- Kurzreiseangebote und Programme mit 4 bis 6 Übernachtungen. Angebote der Primärprävention sollten eine Angebotsdauer von 6 Übernachtungen nicht überschreiten. Damit treten diese nicht in Konkurrenz zur Haupturlaubsreise, sondern stellen Angebote für Zweit-/Dritt-/Kurzreisen dar, die leichter im Alltag wahrgenommen werden können.

- „Schnupperangebote“ mit 2 oder 3 Übernachtungen
- Medical Day-Spa-Schnupperangebote: 1 Tag
- Angebote der Sekundär-/Tertiärprävention (auch im Sinne einer selbst diagnostizierten Problemlage) können mit einer längeren Aufenthaltsdauer angeboten werden. Diese muss jedoch entsprechend der jeweiligen Indikation angepasst sein.

LEITFADEN

FÜR DIE PRODUKTENTWICKLUNG

1. MEDICAL MENTAL WELLNESS

1.3 SERVICESTANDARDS

Bei Inanspruchnahme des „Medical Mental Wellness“-Programms durchläuft der Gast verschiedene Phasen der gesundheitstouristischen Dienstleistungskette, die von der

Informationsübermittlung im Vorfeld bis zur Nachbetreuung reichen. Für alle Phasen sind jeweils Service- und Betreuungsstandards erforderlich.

Checkliste: besondere Serviceausrichtung der „Medical Mental Wellness“-Anbieter

Vor dem Angebot – Einstimmung des Gastes auf den Aufenthalt „Framing“

- Bereitstellung von allgemeinem Informationsmaterial: Angebotsthema, Anreiseinformation inkl. Buchungsbestätigung innerhalb 24h, Ablaufbeschreibung Programm, Vorstellung der medizinisch-psychologischen Programmleitung
- bei Programmen der Sekundär- und Tertiärprävention: Einholen von Informationen zur Anamnese (Vorgeschichte einer Krankheit) und Weitergabe von Auflagen durch die medizinisch-psychologische Programmleitung, wie z.B. med. Untersuchungen und Check-Ups am Heimatort sowie ggf. Maßnahmen am Heimatort zur Vorbereitung auf den Aufenthalt

Zu Beginn und während des Angebots

- persönlicher Empfang des Gastes durch medizinisch-psychologische Programmleitung oder dessen Vertretung und Nennung der Ansprechpartner
- Eingangskontrolle durch die medizinisch-psychologische Programmleitung
- Anbieten einer Ergebnisvereinbarung (sofern Gast dies wünscht): Erarbeitung gemeinsamer Ziele, die durch das Angebot erreicht werden sollen
- insbes. bei Programmen der Sekundär- und Tertiärprävention: Klärung der Anamnese (Vorgeschichte einer Krankheit), der Eignung, Fragen der Risikoübernahme
- die Sicherstellung der möglichen Kontaktaufnahme mit der medizinisch-psychologischen Programmleitung bei Bedarf ist gegeben
- Zwischencheck nach drei vollen Aufenthaltstagen mit der medizinisch-psychologischen Programmleitung (nicht bei Aufenthalten von weniger als 7 Tagen)
- Abholung der Gäste auf Wunsch vom nächstgelegenen öffentlichen Verkehrsmittel (gegen Kosten)
- Hinweise auf weitergehende Freizeit und Aktivmöglichkeiten

Bei Ende des Angebotes

- Durchführung eines Ausgangschecks mit der medizinisch-psychologischen Programmleitung
- Durchführung strukturiertes Kundenfeedback entsprechend einem in den Grundstrukturen einheitlichen schriftlichen Fragebogen (Erfassung des Ausmaßes der Zielerreichung)
- Dokumentation des Programms und der erzielten Ergebnisse nebst individuellen schriftlichen Empfehlungen zum Verhalten und zur Fortführung am Heimatort (Abschluss eines „Selbstvertrags“)

Nach dem Angebot

- Ergänzung des strukturierten Kundenfeedbacks durch eine schriftliche Befragung 6 Wochen nach Abschluss des Angebots und anschließender Anruf beim Gast
- aktive Nachbetreuung der Gäste (fortführender Kontakt und Ansprechpartner nach dem Programm, weitere Informationsübermittlung zu Angeboten, etc.)

1. MEDICAL MENTAL WELLNESS

1.4 PRAXISBEISPIELE AUS RHEINLAND-PFALZ

Mit ausgewählten Anbietern wurden in Stufe 1 der Neuausrichtung erste „Medical Mental Wellness“-Pilotprogramme mit mentaler Ausrichtung entwickelt. Nachfolgend werden die Produkte aus Bad Neuenahr und Bad Sobernheim vorgestellt.

A

Entspannen, mentale Ruhe finden, mit Stress umgehen lernen – die neue Form des Stressmanagements

Lernen Sie zeitgemäße Erholung kennen, entdecken Sie mit den Spezialisten des Ahr-Resorts Ihren ganz eigenen Weg zu Spannungsregulation und Stressabbau. Im traditionsreichen Heilbad Bad Neuenahr, eingebettet in wundervolle Natur, erfahren Sie im entspannten Urlaubsambiente auf ganz angenehme Weise Wege zur Erholung und Kräftigung. Nach einem ausführlichen Gespräch zur Abklärung Ihrer persönlichen Bedürfnisse, werden Therapeuten gemeinsam mit Ihnen Ihr individuelles, ganzheitliches und alltagstaugliches Entspannungskonzept erarbeiten. Bei der Umsetzung stehen Ihnen Personal Trainer, Ernährungsspezialisten und Entspannungstherapeuten zur Seite. Mithilfe modernster Technik können Sie das unmittelbare Zusammenspiel zwischen aktueller Stimmung und körperlicher Reaktion erleben – ein weiterer Baustein zu aktivem Stressmanagement im Alltag. Wohlfühlangebote wie Thermalentspannungsbäder sorgen für unmittelbare, tiefe Erholung.

2 Tage Programm

LEISTUNGEN

- 1 x Übernachtung mit Frühstück im Steigenberger Hotel
- 1 x Abendessen im Steigenberger Hotel
- 1 x frischer Salat mit Getränk nach Wahl im Ahr-Resort
- 2 x Eintritt Thermalbadlandschaft des Ahr-Resorts, inkl. aller angebotener Kurse und Einrichtungen z.B. Medical Fitness-Studio, Zirkel- und Cardio-Training
- 1 x Eintritt in die Spielbank Bad Neuenahr
- 1 x Kaffee und Kuchen im Steigenberger Hotel
- Leihbademantel und Badeschuhe

PROGRAMMBESCHREIBUNG

- Eingangs- und Abschlussgespräch mit dem begleitenden Entspannungstherapeuten
- 1 x Bewegungstraining zum Spannungsabbau mit Personal Trainer
- 2 x Biofeedbackübungen zur Stressprävention
- Nachruhen im Garten der Sinne oder am Kneippbrunnen mit einem Glas Ahrrotwein
- 1 x Qi Gong passiv
- 1 x Qi Gong aktiv

PREISE

EZ pro Person **399 Euro**
(evtl. Hochsaison- oder Feiertagszuschlag)

5 Tage Programm

- 4 x Übernachtung mit Frühstück im Steigenberger Hotel
- 4 x Abendessen im Steigenberger Hotel
- 3 x Mittagssnack nach der „Logi-Methode“ inkl. ein Getränk im Ahr-Resort
- 4 x Eintritt Thermalbadlandschaft des Ahr-Resorts, inkl. aller angebotener Kurse und Einrichtungen z.B. Medical Fitness-Studio, Zirkel- und Cardio-Training
- 1 x Eintritt in die Spielbank Bad Neuenahr
- 1 x Kaffee und Kuchen im Steigenberger Hotel
- Leihbademantel und Badeschuhe

- 5 x Gespräch mit dem begleitenden Entspannungstherapeuten (inkl. Eingangs- und Abschlussgespräch)
- 1 x Bewegungstraining zum Spannungsabbau mit Personal Trainer
- 5 x Biofeedbackübungen zur Stressprävention
- 1 x Aqua Balance im Thermaleinzelbecken, Nachruhen im Garten der Sinne
- 1 x Cranio Sacral-Massage, Nachruhen im Garten der Sinne
- 1 x Thermalentspannungsbad mit Sahne und ätherischen Ölen, Nachruhen im Garten der Sinne
- Zusammenstellung eines Anti-Stress-Programmes für den Alltag

EZ pro Person **1.099 Euro**
(evtl. Hochsaison- oder Feiertagszuschlag)



Ein Angebot des Ahr-Resorts
Bad Neuenahr

Begriffserklärungen:

Biofeedback: Mittels Sensoren werden physiologische Vorgänge dem Bewusstsein zugänglich gemacht.

Cranio-Sakral-Massage: Massage vorwiegend im Bereich des Schädels und des Kreuzbeines.

Logi-Methode: Kohlenhydratreduzierte Ernährungsform mit spezifischer Auswirkung auf den Zuckerstoffwechsel.



Ein Angebot von
Menschels Vitalresort,
Bad Sobernheim

All Senses Coaching

B

Genießen Sie erdgebundenes Empfinden der fünf Sinne und tiefe geistige Balance. Die All Senses Programme bringen Sie zur inneren Ruhe und geben Ihnen einen sicheren Stand in wechselhaften Zeiten. Ärztliches Wissen und mehr als 80 Jahre naturheilkundliche Erfahrung kombiniert mit Wellnessangeboten stehen Ihnen an den idyllischen Ufern der Nahe zur Verfügung. Sie spüren tiefe Ruhe und schöpfen neue Kraft und steigern die körperliche und geistige Leistungsfähigkeit. Sinnliche Lehmäder der bekannten Felke-Therapie und auserlesene Köstlichkeiten aus Menschels saisonaler und regionaler Bio Wellness-Küche erheben Sie in neue Erlebnis-Sphären und runden Ihren Aufenthalt perfekt ab.

Ärzte, Ernährungsberater, Physiotherapeuten sowie Wellness- und Kosmetik-Spezialisten begleiten Ihren Aufenthalt und nehmen sich Zeit für Ihre individuellen Bedürfnisse. Der ärztliche All Senses Check-up zeigt Ihnen, wie Sie sich sanft und nachhaltig aufbauen. Die perfekte Balance aus persönlichen Anwendungen und viel Freiraum für individuelles Wohlfühlen zaubert Ihnen in kürzester Zeit ein natürliches Lächeln innerer Gelassenheit auf Ihre Lippen.

2 Tage Programm

5 Tage Programm

LEISTUNGEN

- 2 x Übernachtung mit Frühstück
- 2 x Abendessen, saisonale Bio Wellness-Küche
- 1 x Mittagessen, saisonale Bio Wellness-Küche
- täglich wechselnde Bewegungs- und Entspannungsgruppen

- 5 x Übernachtung mit Frühstück
- 5 x Abendessen, saisonale Bio Wellness-Küche
- 4 x Mittagessen, saisonale Bio Wellness-Küche
- freie Nutzung des 1000m² Wellnessbereiches
- täglich wechselnde Bewegungs- und Entspannungsgruppen

PROGRAMMBESCHREIBUNG

- natürlich belebendes Lehmserrailbad
- energetisierende Sensitivmassage (25 min)
- körperbalancierendes Entspannungsverfahren (Gruppe, 30-45min) (z.B. 1 aufbauende progressive Muskelrelaxation)

- 1 x ärztlicher All Senses Check-up
- 1 x ärztlicher All Senses Zwischencheck
- 5 x Wohlfühlen im Felke-Lehmbad oder 3 x entschlackende Felke-Lehmpackung
- 2 x energetisierende Sensitiv-Massagen
- 1 x belebendes Qi Gong
- 1 x energetisierendes Yoga
- 1 x aufbauende progressive Muskelrelaxation

PREISE

Anreise Sonntag - Mittwoch
DZ pro Person **320 Euro**
EZ 340 Euro

Bei Anreise an anderen Wochentagen wird ein Aufpreis von 30 Euro p.P. berechnet.

1 Verlängerungstag
DZ 116 Euro p.P.
EZ 127 Euro

Gesamtpreis bei Anreise Sonntags
DZ pro Person **919 Euro**
EZ 959 Euro

Bei Anreise an anderen Wochentagen wird ein Aufpreis von 60 Euro p.P. berechnet.

1 Verlängerungstag
DZ 116 Euro p.P.
EZ 127 Euro

ZUBUCHBARE LEISTUNGEN

- Wellness- und Beautyanwendungen

- Wellness- und Beautyanwendungen



Foto: Menschels Vitalresort



Foto: AG Bad Neuenahr, Medical Fitness Studio

LEITFADEN

FÜR DIE PRODUKTENTWICKLUNG

2. WELLNESS MIT MENTALEN ENTSPANNUNGS-BAUSTEINEN

2.1 PROGRAMMINHALTE

● **NEUE MOTIVE DER WELLNESS-GÄSTE**

Zu den am häufigsten genannten Wünschen von Wellness-Urlaubern gehören „körperlicher Ausgleich zum Alltag“, „seinen Körper pflegen“, „sich belohnen“, „sich etwas Gutes gönnen“, „sich verwöhnen lassen“. Immer

bedeutsamer werden – gerade für jüngere Zielgruppen – aber auch auf die geistig-seelische Balance gerichtete Wünsche, wie „**Energie tanken**“, „**sich entspannen**“ und „**Stress abbauen**“.

Zielgruppeninformation Angebotsbereich „Wellness mit mentalen Entspannungsbausteinen“	
Kernmotive	<ul style="list-style-type: none"> ■ Wellness-Urlaub mit Anwendungen für den Körper, zum Verwöhnen und zur gezielten Entspannung und Stressreduzierung in einem adäquaten Umfeld mit Wohlfühlatmosphäre ■ wichtigste Wellness-Motive: „sich verwöhnen lassen“, „Energie tanken“, „Stressabbau“
Zielgruppenmerkmale	<ul style="list-style-type: none"> ■ breites Altersspektrum 30 – 65, deutlicher Schwerpunkt mittlere Altersgruppe (40-59 Jahre), Frauen (2/3) deutlich affiner als Männer, zukünftig auch mehr Männer ■ bei mental ausgerichteten Angeboten vermehrt auch jüngere Personen ■ Personen, die sich häufig beruflich oder familiär bedingtem Stress gegenüber sehen ■ hauptsächlich berufstätig, Angestellte/Beamte, leicht überdurchschnittliches Einkommen und höheres Bildungsniveau ■ v. a. Paare ohne Kinder
Ergänzende Interessenlagen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Anregungen für den Lebensalltag mitnehmen ■ sportliche Aktivität zur Gesunderhaltung ■ gutes Essen und Genuss ■ vielfältige Freizeitinteressen, z.B. Aktivitäten in der Natur (Wandern, Radfahren), kulturelle Interessen (Museen, Theater)

● **WELLNESS MIT MEHRWERT IN RHEINLAND-PFALZ**

Bei der Produktgestaltung gilt es, klassische, körperorientierte Wellnessangebote, wie z.B. Massagen und Bewegungsangebote, mit Entspannung fördernden und Stress reduzierenden Anwendungen zu kombinieren. Durch diese auch die mentale Gesundheit fördernde Wellness können ganz neue Zielgruppen für Wellness-Aufenthalte in Rheinland-Pfalz gewonnen werden.

Hierzu wird – und das ist die Voraussetzung für ein glaubwürdiges Angebot – mindestens ein anerkannter Entspannungsbaustein angeboten. Geeignet sind die anerkannten Methoden der Fachgruppe Entspannungsverfahren des Bundesverbandes der Deutschen Psychologen: Progressive Relaxation, Autogenes Training, Tai Chi, Qi Gong, Yoga, Biofeed-back, Hypnose, Multimodale Stresskompetenz, PC-gestützte Entspannungsverfahren, Bochumer Gesundheitstraining.

2. WELLNESS MIT MENTALEN ENTSPANNUNGS-BAUSTEINEN

2.2 PRODUKTANFORDERUNGEN

● BEHERBERGUNGS-, GASTRONOMIE- UND WELLNESSLEISTUNG

Zentraler Aspekt bei Wellness-Programmen ist die Einbettung des Angebotes in ein adäquates Umfeld. Die Wellness-Philosophie muss sich in allen Produktbestandteilen widerspiegeln. Wohlfühl- und Entspannungsatmosphäre geht über alles: Das beginnt

beim Ambiente des Hotelanbieters, findet sich in Wellness- und Gesundheitsanwendungen und reicht bis zur Ausbildung, der Servicebereitschaft und der Freundlichkeit des Personals. Jede Form des Zwangscharakters, Druck, Terminstress und die Überladung eines Aufenthalts mit zu vielen Programmbausteinen sollten vermieden werden!

Checkliste: Beherbergungsleistung

Die Beherbergung ist der Kern des Wellness-Angebotes. Sie erfüllt die hohen Erwartungen der Zielgruppe nicht nur an die Qualität, Ausstattung und Service der Unterkunft, sondern auch hinsichtlich einer ruhigen, das Wohlbefinden unterstützenden Atmosphäre. Die naturnahe Lage unterstützt das Sammeln neuer Kräfte.

- Beherbergungsstandard von mind. 3-Sterne Superior nach DeHoGa- oder DTV-Klassifizierung oder vergleichbar
- Hotel mit klar erkennbarer Ausrichtung auf wellnesorientierte Gäste
- Vorhandensein eines anerkannten (touristischen) Qualitätsmanagementsystems, mindestens ServiceQualität Deutschland (Stufe 1)
- Buchbarkeit über TKN Rheinland-Pfalz
- ruhige, naturnahe Lage
- überwiegend Nichtraucherbereiche/-zimmer
- Wohlfühl- und Entspannungsambiente und -atmosphäre
- Aufbewahrungs- und Reinigungsmöglichkeiten für Equipment (z.B. für Walking- oder Radkleidung und -ausrüstung, etc.)

Für alle Aufenthaltsbereiche gilt

- Renovierungen finden in regelmäßigen Zyklen statt



Ralf Landoll, Geschäftsführer Ressort Hotellerie, DeHoGa Rheinhessen-Pfalz

„Die DeHoGa-Sterne bieten eine sehr gute Orientierung für die Gäste. Darüber hinaus ist eine hohe Serviceorientierung absolutes Muss in der Wellness-Hotellerie. Mit dem Mindestkriterium ServiceQualität Deutschland, Stufe 1 setzen wir in Rheinland-Pfalz im Gesundheitstourismus ein klares Zeichen.“

LEITFADEN

FÜR DIE PRODUKTENTWICKLUNG

Checkliste: Wellnessleistung

Die Einrichtung erfüllt darüber hinaus anerkannte Wellness-Standards, die den notwendigen Infrastruktur-, Anwendungs- und Serviceumfang beschreiben. Grundlage für die im Folgenden dargestellten Qualitätskriterien ist die Orientierung an anerkannten Qualitätsgütesiegeln, wie bspw. die der „Wellness-Stars“ oder des „Deutschen Wellness Verbands“.

- moderner, hinreichend großer Spa-/Wellness-/Anwendungsbereich im Haus selbst oder bademanteltauglich von allen Zimmern erreichbar mit
 - Wassererlebnis (beheizter Pool/Schwimmbad)
 - Sauna und/oder Dampfbad/Sanarium
 - Fitnessraum
 - Räume für Anwendungen
 - abgeschlossenen Ruhe- und Relaxbereich
- freie Nutzung des Wellness- und Fitnessangebots während des Aufenthaltes
- ausreichend Badetücher im Wellness- und auch Zimmer-Bereich
- Bademantel und Slipper sind verfügbar und im Preis inkludiert
- Obst und Getränke sind im Zimmer und Wellnessbereich vorhanden
- der Gast wird über die Vorteile und den Nutzen einzelner Wellnessanwendungen fachlich kompetent beraten
- die Wellnessanlagen werden täglich mehrfach auf Sauberkeit und Hygiene geprüft
- Sicherstellung eines angemessenen, Gesundheit und das Wohlbefinden fördernden Raumklimas
- Angebote aus dem Bereich Beauty/Kosmetik sind vor Ort optional buchbar
- Einsatz von Personal mit anerkannten, wertigen Zertifizierungen (Therapeuten, Wellness-Berater, Wellness & Fitness-Trainer, Coaches, etc.)

Für alle Aufenthalts- und Anwendungsbereiche gilt

- Renovierungen finden in regelmäßigen Zyklen statt

Checkliste: Gastronomieleistung

Die Gäste erwarten einen ansprechenden kulinarischen Rahmen. Dabei geht es nicht nur darum, Gourmet-Produkte anzubieten. Vielmehr ist die regionale und gesunde Komponente zu betonen und eine entsprechende Inszenierung gefragt. Die gastronomische Leistung des Wellness-Anbieters richtet sich klar nach gesundheitlichen Gesichtspunkten. Gesundheitlich wertvolle Speisen sollten auf der Speisekarte stehen.

- Verwendung von Produkten überwiegend aus der Region und nach Saison
- täglich mindestens ein Vollwert- oder vegetarisches sowie ein kalorienreduziertes Gericht im Angebot
- ernährungsrelevante Informationen zu den angebotenen Speisen sind vorhanden
- es herrscht eine ruhige und entspannte Atmosphäre in den gastronomischen Räumlichkeiten
- der Gastronomiebereich ist rauchfrei

● BAUSTEINE, ANWENDUNGEN UND KURSE

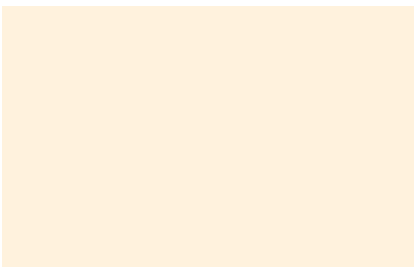
Neben einem attraktiven Wellness-Angebot sind spezielle, auf die Stressreduzierung und Entspannungsförderung zielende Anwendungen in der Produktgestaltung zu berücksichtigen. Sie dokumentieren den gesundheitlichen Zusatznutzen der Wellness-Programme mit mentalem Schwerpunkt in Rheinland-Pfalz gegenüber „normalen“ und eher passiv orientierten Angeboten („Verwöhnen“, „Pflegen“, etc.). Die Anbieter

bieten mindestens einen Entspannungsbaustein – anerkannt durch die Fachgruppe Entspannungsverfahren des Bundesverbandes der Deutschen Psychologen – an: Progressive Relaxation, Autogenes Training, Tai Chi, Qi Gong, Yoga, Biofeedback, Hypnose, Multimodale Stresskompetenz, PC gestützte Entspannungsverfahren, Bochumer Gesundheitstraining. Alle Bausteine sind für die Kunden individuell und frei wählbar (Bausteinkonzept).

Checkliste: gesundheitlich-medizinische Programmbestandteile

Anerkannte Entspannungs- und Stress reduzierende Anwendungen und Kurse

- Die Einrichtung bietet mindestens ein spezifisch auf Entspannung ausgerichtetes und zum Abbau körperlicher und mentaler Stresssymptome geeignetes, fachlich anerkanntes Angebotsmodul.
Geeignet sind folgende anerkannte Methoden der Fachgruppe Entspannungsverfahren des Bundesverbandes der Deutschen Psychologen: Progressive Relaxation, Autogenes Training, Tai Chi, Qi Gong, Yoga, Biofeedback, Hypnose, Multimodale Stresskompetenz, PC gestützte Entspannungsverfahren, Bochumer Gesundheitstraining
- Zur Ausübung der genannten Verfahren kommt Personal zum Einsatz, das die Anbieterqualifikationen des Handlungsleitfadens Prävention der Spitzenverbände der Krankenkassen erfüllt
- Dem Gast werden weitere Bausteine angeboten (Angebote aus den Handlungsfeldern Bewegung, Entspannung, Ernährung), die sinnvoll mit den mentalen Modulen kombiniert werden können
- Alle Bausteine können von den Kunden optional gebucht werden (Bausteinprinzip)
- Bei fest definierten Programmen sollte mindestens ein Modul (anerkannte Entspannungs- und Stress reduzierende Anwendung, siehe oben) integriert sein



● ANGEBOTSDAUER

Es werden zum größten Teil kürzere Wellnessreisen gebucht, die nicht in Konkurrenz zur Haupturlaubsreise stehen und sich leichter in den Alltag integrieren lassen. Empfehlung zur Dauer der Programme: Kurzreiseangebote sowie „Schnupperangebote“ mit 2 bis 4 Übernachtungen.

LEITFADEN

FÜR DIE PRODUKTENTWICKLUNG

2. WELLNESS MIT MENTALEN ENTSPANNUNGS- BAUSTEINEN

2.3 SERVICESTANDARDS

Bei einem Wellness-Aufenthalt durchläuft der Gast verschiedene Phasen der Dienstleistungskette, die von der Information im Vorfeld bis zur Nachbetreuung reichen. Für die jeweiligen Phasen sind Qualitätskriterien definiert, die notwendige Service- und Betreuungsstandards in Rheinland-Pfalz auf-

zeigen. Das Service- und Betreuungsangebot ist eher unaufdringlich und zurückhaltend, soll dennoch vermitteln, dass der Anbieter sich aktiv kümmert. Es zeigt eher Möglichkeiten auf, als dass es einen engen Rahmen und Regeln setzt.

Checkliste: besondere Serviceausrichtung der Wellness-Anbieter

Vor dem Angebot – Einstimmung des Gastes auf den Aufenthalt „Framing“

- Informationspaket vor dem Aufenthalt zur Wellness-Philosophie (mentale Ausrichtung, geistig-seelisches Wohlbefinden) des Anbieters und des Programms (Hinweise auf entschleunigendes Umfeld, Anwendungen, qualifiziertes Personal, etc.), zum regionalen Angebotsumfeld (Angebote, Karten, Veranstaltungen, etc.), zur Mobilität vor Ort, Anreiseinformation inkl. Buchungsbestätigung innerhalb 24h

Zu Beginn und während des Angebots

- persönlicher Empfang des Gastes und Nennung der Ansprechpartner
- Abholung der Gäste auf Wunsch vom nächstgelegenen öffentlichen Verkehrsmittel (gegen Kosten)
- Hinweise auf weitergehende Freizeit- und Aktivmöglichkeiten bei Bedarf (z.B. auch Orte der Entschleunigung, besondere Ausblicke in der Nähe und Region, etc.)

Nach dem Aufenthalt

- Durchführung eines strukturierten Kundenfeedbacks durch eine schriftliche Befragung sechs Wochen nach Abschluss des Angebots und anschließender Anruf beim Gast
- aktive Nachbetreuung der Gäste (fortführender Kontakt und Ansprechpartner nach dem Programm, weitere Informationsübermittlung zu Angeboten, etc.)



2. WELLNESS MIT MENTALEN ENTSPANNUNGSBAUSTEINEN

2.4 PRAXISBEISPIELE AUS RHEINLAND-PFALZ

Im Rahmen der ersten Phase der Neuausrichtung des Gesundheitstourismus in Rheinland-Pfalz wurden mit ausgewählten Anbietern Pilotprogramme entwickelt. Für den Angebotsbereich „Wellness mit mentalen Entspannungsbausteinen“ werden die Produkte des Hotels ZUGBRÜCKE in Höhr-Grenzhausen und des PARK HOTELS Bad Salzig vorgestellt.

A

Ganz natürlich in Balance

Finden oder erhalten Sie Ihre innere Balance und lassen Sie Stress und Hektik von sich abfallen, gönnen Sie sich eine Auszeit im Hotel ZUGBRÜCKE. Körperliches und emotionales Wohlbefinden, bewusste Körperwahrnehmung, mentale Wellness erleben Sie in elegant angenehmer Ambiente. Abschalten und dabei mit allen Sinnen genießen und sich verwöhnen lassen, bringt Ihre Lebensbalance ins richtige Gleichgewicht und lässt Sie Energie tanken für den Alltag. Ein kompetentes Team aus Kosmetikerinnen, Sportlehrer, Präventions-Rehabilitationstrainer und Diplom-Fitnessökonom, Physiotherapeut und Heilpraktiker kümmert sich gerne um Sie und lässt Sie den Alltag vergessen.

2 Tage Programm

LEISTUNGEN

- 2 x Übernachtung mit Vitalfrühstück vom Buffet
- 2 x 4-Gang-Abendmenü für Genießer
- 1 x eine Flasche Mineralwasser, Wellness-Tees und Obst auf dem Zimmer
- fruchtiger Begrüßungscocktail
- Leihbademantel und Badeschuhe
- freie Benutzung des gesamten Balance-centers Aviva (Schwimmbad, Sauna, Fitness)
- tägliches Mental- und Aktivprogramm, mit verschiedenen Kursen z.B. Pilates, Nordic-Walking, Aqua-Gymnastik, Rückenfitness
- Westerwald-Card

PROGRAMMBESCHREIBUNG

- 1 x Mental Facial Treatment oder 1 x harmonisierende indische Kopfmassage
- 1 x Körperpeeling während des Saunagangs
- 1 x Progressive Muskelrelaxation
- 1 x mentale Reise in der Gruppe
- 1 x Tiefenentspannung auf der AlphaLiege
- im Beauty Spa energetisiertes Mineralwasser und Tee
- persönlicher Entspannungsleitfaden für zu Hause
- Betreuung im Fitnessbereich durch ausgebildete Trainer

PREISE

	Anreise	So.-Mi.	Do.-Sa.
DZ pro Person	249,00 €		269,00 €
EZ pro Person	279,00 €		299,00 €

Verlängerungsnacht mit Frühstück und Abendessen

	Anreise	So.-Do.	Fr.-Sa.
DZ pro Person	94,00 €		104,00 €
EZ pro Person	109,00 €		119,00 €

ZUSÄTZLICH BUCHBARE LEISTUNGEN

Paket A „Beauty“ (buchbar ab 3 ÜN)
Schokoladen-Milchbad oder Aroma-Sinnesbad und Kakaobutter-Milch & Honigpackung, schwebend in der Softpackliege oder Waldkräutermilch-Rückenmassage
56,00 Euro

Paket B „Wandern“ (buchbar ab 3 ÜN, Mindestteilnehmerzahl: 6 Personen)
3 bis 4-stündige geführte Limeswanderung mit deftiger Brotzeit inkl. Rücktransport zum Hotel ZUGBRÜCKE.
25,00 Euro

Paket C „Fitness“
Einführung in die Grundlagen des Nordic Walking und geführte Tour durch den Westerwald mit ausgebildetem Nordic Walking Instructor
30,00 Euro

Paket D „Kultur“
Geführte 1,5 bis 2-stündige Wanderung mit Besuch des Keramikmuseum Westerwald. Zuvor führt die Wanderung zur Burg Grenzau mit Deutschlands einzigem dreieckigen Bergfried.
15,00 Euro

Paket E „Genuss“
Winzersekt als Apéritif und drei korrespondierende Weine (je 0,1 l) zum Abendessen (Genießer-4-Gang-Menü im Rahmen der Halbpension)
15,00 Euro



Ein Angebot des Hotels ZUGBRÜCKE Höhr-Grenzhausen





Ein Angebot des PARK HOTELS
Bad Salzig

Meine Zeit zum Durchatmen

B

Entspannen, abschalten, zur Ruhe kommen und durchatmen können Sie mitten im UNESCO Welterbe oberes Mittelrheintal, in der PARK VILLA Bad Salzig. Oft ist es der Abbau von Spannungen, der es Körper und Geist ermöglicht loszulassen, um wieder neu aufzutanken. Die traditionsreiche Bewegungslehre des TAI CHI ist besonders geeignet Spannungen zu lösen, Körper und Geist in Einklang zu bringen und nachweislich Stresssymptome abzubauen. Unter fachkundiger Anleitung erlernen Sie grundlegende Techniken des TAI CHI wobei eine kleine Bewegungsfolge erarbeitet wird, die als gesichertes Übungsgut nachfolgend für den Alltag dienen kann. Sie lernen auch andere Entspannungstechniken wie Autogenes Training und Progressive Muskel-Relaxation kennen. Frau Uschi Jordan, Leiterin des Seminars, ist ausgebildete Pädagogin, Heilpraktikerin und Tai Chi Lehrerin (Ausbildung zur Lehrerin für Tai Chi Chuan und Körperarbeit im Jahre 1989/90 bei B. und K. Mögling im Institut für Bewegungslehre und Bewegungsforschung). Genießen Sie in Ihrer freien Zeit unser Wellness-REICH DER SINNE mit orientalischem Dampfbad, Whirlpool „Sternengrotte“, Sauna, Sanarium, Erlebnisduschen, Traumbad und mediterranem Ruheraum.

2 Tage Programm

LEISTUNGEN

- 2 x Übernachtung mit Vital-Frühstück
- 2 x 3-Gang-Balance Menü am Abend
- 1 x leichter Mittagssnack
- Tee und Mineralwasser im Seminarraum
- Obstkorb • Leihbademantel
- freier Zugang zum Wellness-REICH DER SINNE (Angebote teils gegen Gebühr)

Massagen und Kosmetikanwendungen können gerne hinzugebucht werden.

PROGRAMMBESCHREIBUNG

- TAI CHI - Seminar
(1 x ganztägig, 1 x vormittags insgesamt 8 Stunden in der Klein-Gruppe (6-10 Pers.))

PREISE

DZ pro Person **299 Euro**

1 Verlängerungsnacht mit Frühstück
DZ p.P. 70,00 Euro/ EZ p. P. 95,00 Euro

TERMINE

03.07.2009 - 05.07.2009
13.11.2009 - 15.11.2009
Anreise Freitags ab 14:00 Uhr,
Abreise Sonntags Nachmittag

ZUBUCHBARE LEISTUNGEN

Lomi Lomi Nui - Hawaiianische Tempelmassage (90 Minuten) Unter der Verwendung kostbaren Öles, begleitet von melodischer Musik ist das Ziel der Massage, Menschen zu helfen, negative Gedanken und Gefühle, besonders Ängste, aufzulösen und Optimismus und Vertrauen in die Zukunft zu stärken.
105,00 Euro

ZUBUCHBARE LEISTUNGEN

Klangschalenmassage (50 Minuten)
Neuordnung für Körper, Geist und Seele. Das Spiel der Klangwellen erzeugt ein Gefühl der Befreiung und Gelöstheit. Die sphärischen Klänge versetzen den ganzen Körper in Ruhe und Harmonie. **75,00 Euro**

Kräuterstempelmassage (60 Minuten)
„Pantai Luan“ mit Kräutern gefüllte Vliesstempel entfalten unter Bedampfung ihre Wirkstoffe. Das kostbare Öl und die besondere Massagetechnik aktivieren das Immunsystem und die Selbstheilungskräfte. Entschlackung, Entgiftung und Regeneration werden angeregt. **95,00 Euro**

Kleines Wellness - Paket
La Mer Gesichtsbehandlung 1,5 Std., Aromaölmassage 25 Min., Rosenblüten-Romantikbad **130,00 Euro**

Großes Wellness - Paket
Hot Stones Massage 60 Min., La Mer Gesichtsbehandlung 1,5 Std., Aromaölmassage 25 Min., Cleopatra-Bad: Milch/Honig und mehr.
215,00 Euro

Zweisamkeit-Partnerprogramm (150 Minuten)
Seidenhandschuhe-Peeling, Entspannungsbad, Wohlfühlmassage u. Anleitung zur Partner-Massage durch qualifizierte Therapeutin. Inkl. Alleiniger Nutzung der Spa-Suite La Luna
270 Euro für 2 Personen

Yoga (120 Minuten) **98,00 Euro**

ZUBUCHBARE BAUSTEINE IN DER NAHEN UMGEBUNG

Exklusive Weinprobe, Nordic-Walking, Sanftes Ganzkörpertraining, Inline-Skating, Golfschnupperkurs, Fahrradtour auf dem Hunsrück

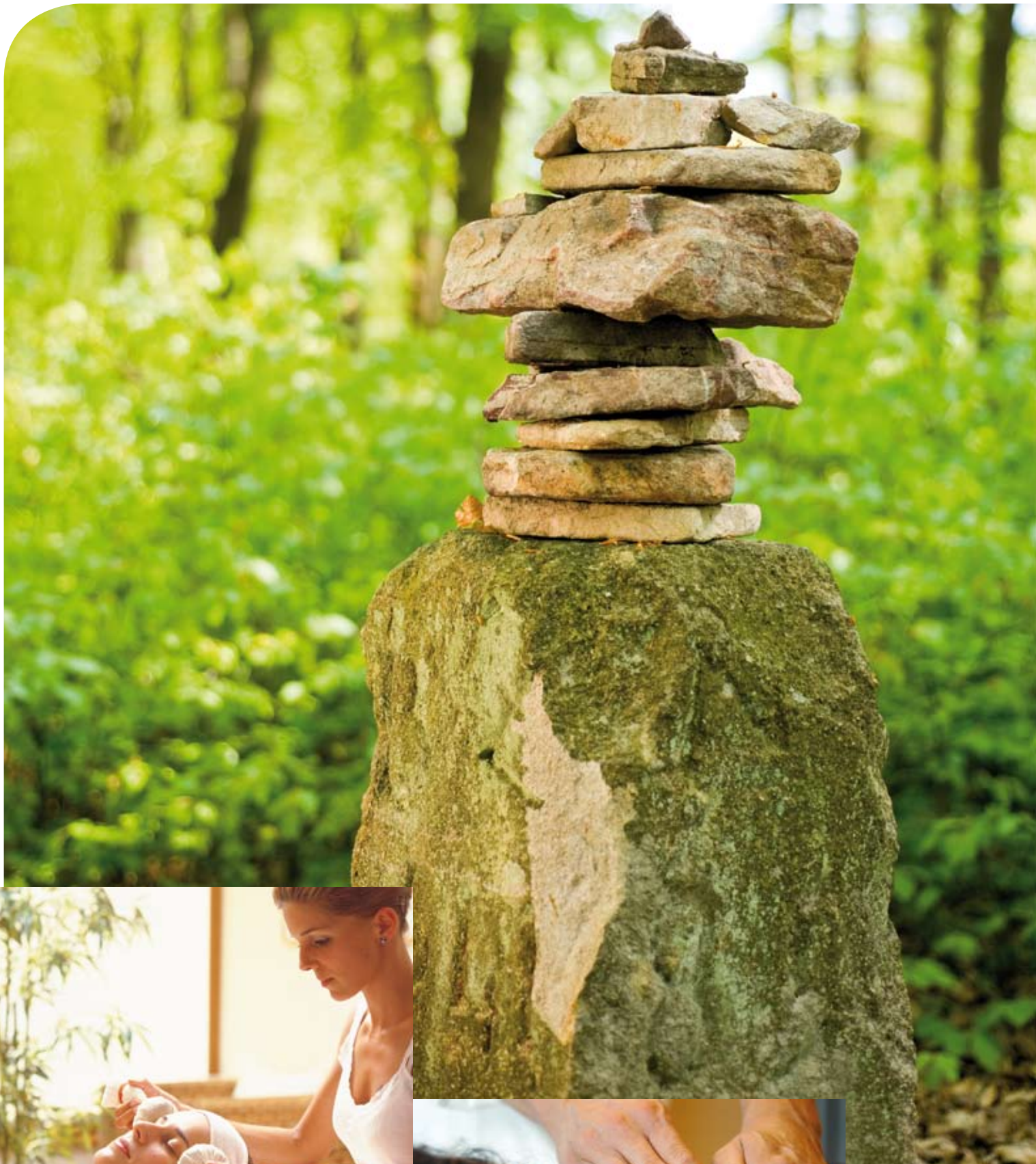


Foto: Hotel ZUGBRÜCKE



Foto: PARK HOTEL Bad Salzig

LEITFADEN

FÜR DIE PRODUKTENTWICKLUNG

3. ENTSCHEUNIGUNG

3.1 PROGRAMMINHALTE

● **ENTSCHEUNIGUNG – RUHE UND LANGSAMKEIT WIEDERFINDEN**

Das Bedürfnis nach Entschleunigungsangeboten kann viele Gründe haben: der beruflichen und privaten „Beschleunigung“ des Lebens entgegensteuern, eine Auszeit nehmen, Stress abbauen, wieder langsamer werden, auf sich selbst besinnen. Diese Bedürfnisse finden sich vor allem bei Menschen, die bedingt durch hohe Verantwortung und Anforderungen unter starkem beruflichem und familiärem Stress stehen.

● **ENTSCHEUNIGUNG FÜR MENSCHEN MIT HOHEN ALLTAGSANFORDERUNGEN**

Gäste, die Entschleunigung und Stressabbau aufgrund ihrer beruflichen Situation suchen, sind vorwiegend an Bewegungs- und Entspannungsangeboten und an einer pragmatischen Umsetzbarkeit im Alltag interessiert. Hier kommt eine Vielzahl von Angeboten in Frage: Bewegung (insbesondere durch Wandern, aber auch Walken und Radfahren), Ernährung (Kochkurse, etc.) oder dem Kreativbereich (Malen, etc.).

Zielgruppeninformation Angebotsbereich „Entschleunigung“ – Motivation aufgrund berufsbedingter Belastungssituationen

Kernmotive	<ul style="list-style-type: none"> entschleunigender Urlaub, um zu Ruhe und Langsamkeit zurückzukommen begleitet durch Kurse (Entspannungstechniken) mit Blick auf die berufsbedingten Belastungssituationen
Zielgruppenmerkmale	<ul style="list-style-type: none"> Menschen aus Berufsgruppen mit häufigen beruflich bedingten Stressreaktionen, vorwiegend veranlasst durch hohe Verantwortung und/oder hohe kommunikative Anforderungen überwiegend mittleres Alter von 40 – 55 Jahre, sowohl Männer als auch Frauen sind von Stresssituationen im Beruf betroffen; mittleres bis hohes Einkommensniveau, hohes Bildungsniveau qualifizierte u. leitende Berufe (v. a. Ärzte, Lehrer, Manager), häufig unregelmäßige und lange Arbeitszeiten
Ergänzende Interessenlagen	<ul style="list-style-type: none"> ruhiges Umfeld vor Ort, abseits des Alltags, naturnahe Lage und Ruhe, Zeit für sich selbst, Regeneration, neue Kraft schöpfen, Möglichkeiten für naturnahe Aktivitäten (Radfahren, Wandern, Golf), hohes kulturelles Interesse, hohe Ansprüche an Service und Qualität

Zielgruppeninformation Angebotsbereich „Entschleunigung“ – Motivation aufgrund familiärer Belastungssituationen

Kernmotive	<ul style="list-style-type: none"> Erholung/Entspannung, Regeneration, neue Kraft schöpfen, zur Ruhe und Langsamkeit zurückzukommen mit Blick auf die hauptsächlich familiäre Belastungssituationen mit der Möglichkeit dies durch Kurse (Entspannungstechniken) zu tun entschleunigender Urlaub in individueller Umgebung und Natur
Zielgruppenmerkmale	<ul style="list-style-type: none"> Menschen mit häufigen, durch familiäre Belastungssituationen bedingte Stressreaktionen - mit Blick auf entschleunigende Urlaubsangebote vorwiegend Familien mit Kindern ansprechbar überwiegend im Alter von 25 – 45 Jahre, Eltern bzw. Elternteile und Alleinerziehende, Frauen sind aufgrund der bei ihnen liegenden Betreuung der Kinder stärker in die Problematik involviert
Ergänzende Interessenlagen	<ul style="list-style-type: none"> Erholung und Entspannung in familienfreundlichem Umfeld, gesundes Klima, abseits des Alltags (z.B. Bauernhof) Zeit für Partner und Kinder

● ENTSCHEUNIGUNG FÜR FAMILIEN MIT KINDERN

Gerade für Eltern kann Entschleunigung ein Thema sein (z.B. bei Doppelbelastungen durch Familie und Beruf, besonders belastende Erziehungssituationen, verhaltensauffällige Kinder). Angebote, die gemeinsam von Eltern/Elternteilen u. Kindern wahrgenommen werden können (z.B. „Natur erleben und lernen“, Erlernen von Entspannungstechniken für Eltern und Kinder) sind ebenso denkbar wie separate Programme für Eltern, die mit einem Betreuungsservice für Kinder kombiniert werden.

● NATUR, AMBIENTE UND AURA DER LANGSAMKEIT

Bei Entschleunigung geht es den Gästen um Ruhe und Rückzug aus dem Alltag, verbunden mit dem Wunsch, zu sich selbst zu finden. Hierfür eignen sich nur Angebote in attraktiver Landschaft, in unmittelbarer Naturnähe, mit einem individuellen, echten, unverfälschten Ambiente und in absoluter Ruhe – in einer „Aura der Langsamkeit“. Gerade auf das Naturerlebnis kommt es dabei an: Orte der Entspannung mit weitem Blick in schöne Landschaften und vor allem Ruhe in der Natur können gut in Entschleunigungskonzepten eingebunden werden.

3. ENTSCHEUNIGUNG

3.2 PRODUKTANFORDERUNGEN

Neben Entspannungsbausteinen, die die mentale Ausrichtung der Programme verdeutlichen, sind Lage und Umfeldkriterien die entscheidenden Qualitätskriterien. Chancen zur Umsetzung von Entschleunigungsangeboten bieten sich daher für viele Anbieter: Für Entschleunigungs-Gäste kommen nahezu alle Beherbergungsformen in Frage: Hotellerie, Bauernhöfe, Klöster, Akademien, etc., die sich durch eine naturnahe Lage, ein besonderes Ambiente und Charakter auszeichnen. Es zählt die individuelle Note, teilweise auch schlichte Einfachheit, die Wohlbefinden und Entschleunigung herbeiführen.



Foto: Hotel ZUGBRÜCKE



Bernhard Grunau, Geschäftsführer Kloster Arenberg:

„Wichtig ist eine ganzheitliche Entschleunigungsphilosophie, welche auf Altbewährtem und neuen Erkenntnissen gleichermaßen aufbaut. Hierbei bieten Klöster mit ihrer Tradition und der Einbettung in eine ansprechende Architektur und die natürliche Umgebung die ideale Voraussetzung zum zwecklosen DA-SEIN, für Begegnung dort, wo sie gewünscht wird und auch für Entschleunigung. Klöster eröffnen Räume, in denen Leib und Seele wieder ins Atmen kommen, in denen der Hochleistungssport des Alltags wieder ein Schlendern erfahren darf.“

LEITFADEN

FÜR DIE PRODUKTENTWICKLUNG

● BEHERBERGUNGS- UND GASTRONOMIE-LEISTUNG

Den speziellen Beherbergungstyp für Urlaubsangebote gibt es nicht. Entscheidend ist eine überdurchschnittliche Qualität sowie die Wohl-

fühlatmosphäre, die ein Entschleunigungserlebnis möglich werden lassen. Die Ansprüche der Zielgruppen tendieren in Richtung hochwertig, authentisch und individuell. Wellness muss nicht zwangsläufig Teil der Leistung sein.

Checkliste: Beherbergungsleistung

Lage

- liegt in ländlicher, naturnaher Lage
- ist alleine bzw. in einer kleinen Siedlung gelegen
- liegt in schöner und weitgehend zerschneidungsfreier Landschaft mit vielfältigen Blick- und Sichtachsen
- ist frei von Verkehrslärm und anderen Lärmquellen sowie von Sicht- oder Geruchsbeeinträchtigungen durch Industrie- oder Gewerbegebiete

Ambiente

- die Beherbergungseinrichtung vermittelt eine „Aura der Langsamkeit“ und der Authentizität
- die Beherbergungseinrichtung strahlt Wohlfühlatmosphäre aus, die ein Entschleunigungserlebnis ermöglicht
- die Beherbergung ist in ihrem Charakter individuell (z.B. durch historische und natürliche Gebäudesubstanz, Verwendung natürlicher Baumaterialien)
- der Programmanbieter stellt sicher, dass keine Gästekonflikte hinsichtlich Lärm auftreten (z.B. keine Bus- und Tagungsgruppen, etc.)

Grundangebot an Wellnessinfrastruktur (nicht zwingend erforderlich); wenn vorhanden, sollten folgende

Voraussetzungen erfüllt werden:

- für Kunden optional wahrnehmbares Angebot an Wellnessleistungen
- Wassererlebnis (beheizter Pool/Schwimmbad)
- Sauna oder Dampfbad/Sanarium
- Fitnessraum
- Räume für Anwendungen
- abgeschlossene Ruhe- und Relaxbereiche

Im Umfeld

- besteht die Möglichkeit für kulturelle Aktivitäten
- gibt es Möglichkeit zur Ausübung von sanften, naturnahen Sportarten (z.B. Wandern) in naturverträglicher Weise
- authentische Angebote für Speisen und Getränke
- Angebot von Mobilitätsservices (Hol-/Bringdienste, Leihräder) aufgrund der solitären Lage
- Anbieter ist in der Lage, Gästen Hinweise zu Orten mit entschleunigenden Eigenschaften (besondere Orte der Ruhe, Ausblicke, etc.) zu geben
- nicht zwingend erforderlich: Anbieter bietet begleitete Führungen zu entschleunigten Orten (besondere Orte der Ruhe, Ausblicke, etc.) an: z.B. Sonnenaufgang am See, an exponierten Stellen in der Natur etc.

Qualitätsmanagement

- Anbieter sollte eine Klassifizierung aufweisen (Ausnahmen sind nach individueller Prüfung zulässig, wenn die Klassifizierungskriterien der Philosophie des Hauses entgegen steht)
- Vorhandensein eines anerkannten Qualitätsmanagementsystem, mindestens ServiceQualität Deutschland (Stufe 1)
- Buchbarkeit über TKN Rheinland-Pfalz

Checkliste: Gastronomieleistung

Die gastronomische Leistung der Entschleunigungsanbieter richtet sich an gesundheitlichen Gesichtspunkten aus. Angeboten werden überwiegend gesundheitlich wertvolle Speisen. Für das Programm ist die Verpflegungsart (z.B. Halbpension, Frühstück, etc.) festzulegen.

- überwiegende Verwendung von Produkten aus der Region und nach Saison
- Angebot gesunder, hochwertiger Küche
- es herrscht eine ruhige und entspannte Atmosphäre in den gastronomischen Räumlichkeiten
- der Gastronomiebereich ist rauchfrei

● BAUSTEINE, ANWENDUNGEN UND KURSE

Um die gesundheitlich positive Wirkung von Entschleunigungsangeboten glaubhaft zu unterstützen, muss der Anbieter die Teilnahme an Kursen oder Anwendungen zur Entspannung auf Wunsch des Gastes ermöglichen. Hierbei kommen wiederum die bereits bekannten Entspannungsmethoden

zur Anwendung – anerkannt durch die Fachgruppe Entspannungsverfahren des Bundesverbandes der Deutschen Psychologen: Autogenes Training, Progressive Relaxation, Hypnose, Biofeedback, Yoga, Multimodale Stresskompetenz, PC gestützte Entspannungsverfahren, Tai Chi, Qi Gong, Bochumer Gesundheitstraining.

Checkliste gesundheitlich-medizinische Programmbestandteile

- Die Einrichtung bietet mindestens ein spezifisch auf Entspannung ausgerichtetes und zum Abbau körperlicher und mentaler Stresssymptome geeignetes, fachlich anerkanntes Angebot-Modul
Geeignet sind folgende anerkannte Methoden der Fachgruppe Entspannungsverfahren des Bundesverbandes der Deutschen Psychologen: Progressive Relaxation, Autogenes Training, Tai Chi, Qi Gong, Yoga, Biofeedback, Hypnose, Multimodale Stresskompetenz, PC gestützte Entspannungsverfahren, Bochumer Gesundheitstraining.
- Die Kurse/Anwendungen werden von Kursleiterinnen/-leitern mit für den Kurs/das Programmziel anerkanntem Ausbildungsprofil geleitet. Dieses ist in der Programmbeschreibung darzustellen.
- Anbieter halten Rückzugsräume für Gäste bereit
- es sind weitere ergänzende Angebote aus den Bereichen Bewegung, Entspannung, Ernährung (naturnahe Aktivitäten wie Wandern, Radfahren, Fastenurse, Kreativurse, Malen, Kochurse, etc.) vorhanden und optional durch die Gäste wahrnehmbar
- Alle Bausteine können von den Kunden optional gebucht werden (Bausteinprinzip).
- Bei fest definierten Programmen sollte mindestes ein Modul (anerkannte Entspannungs- und Stress reduzierende Anwendung, siehe oben) integriert sein

LEITFADEN

FÜR DIE PRODUKTENTWICKLUNG

● ANGEBOTSDAUER

Es lassen sich folgende Empfehlungen zur Dauer der Programme ableiten:

- Kurzreiseangebote sowie „Schnupperangebote“ mit 2 bis 4 Übernachtungen. Damit treten die Angebote nicht in Konkurrenz zur Haupturlaubsreise, sondern stellen Angebote für Zweit-/Dritt-/Kurzreisen dar, die leichter im Alltag wahrgenommen werden können.
- Angebote, die auf spezielle Motiv- oder Problemlagen abzielen (z.B. Fastenurse, Meditationsseminare, etc.) können auch mit einer längeren Aufenthaltsdauer angeboten werden (4 bis 6 Übernachtungen).
- Bei speziellen Entschleunigungsangeboten für die Zielgruppe Eltern/Elternteile und Alleinerziehende mit Kindern ist eine Aufenthaltsdauer von mindestens 5 Tagen empfehlenswert.

3. ENTSCHEUNIGUNG

3.3 SERVICESTANDARDS

Bei Inanspruchnahme von Angeboten zur „Entschleunigung“ durchläuft der Gast verschiedene Phasen der Dienstleistungskette, die von Informationen im Vorfeld bis zur Nachbetreuung reichen. Für die jeweiligen Phasen sind Qualitätskriterien definiert, die den besonderen Service- und Betreuungsstandard in Rheinland-Pfalz betonen. Diese sind in Anlehnung an die Bedürfnisse nach Ruhe und Terminfreiheit umzusetzen.

Checkliste: besondere Serviceausrichtung der Entschleunigungs-Anbieter

Vor dem Angebot –Einstimmung des Gastes auf den Aufenthalt „Framing“

- Informationspaket vor dem Aufenthalt zur entschleunigungsrelevanten Philosophie des Anbieters und des Programms, zum regionalen Angebotsumfeld (Angebote, Karten, Veranstaltungen, etc.), zur Mobilität vor Ort, Anreiseinformation inkl. Buchungsbestätigung innerhalb 24h

Zu Beginn und während des Angebots

- Persönlicher Empfang des Gastes und Nennung der Ansprechpartner
- Abholung der Gäste auf Wunsch vom nächstgelegenen öffentlichen Verkehrsmittel (gegen Kosten)
- Hinweise auf weitergehende Freizeit- und Aktivmöglichkeiten bei Bedarf (z.B. auch Orte der Entschleunigung, besondere Ausblicke in der Nähe und Region, etc.)

Nach dem Aufenthalt

- Durchführung eines strukturierten Kundenfeedbacks durch eine schriftliche Befragung sechs Wochen nach Abschluss des Angebots und anschließender Anruf beim Gast
- aktive Nachbetreuung der Gäste (fortführender Kontakt und Ansprechpartner nach dem Programm, weitere Informationsübermittlung zu Angeboten, etc.)

3. ENTSCHEUNIGUNG

3.4 PRAXISBEISPIELE AUS RHEINLAND-PFALZ

Im Rahmen der ersten Phase der Neuausrichtung des Gesundheitstourismus in Rheinland-Pfalz wurden mit ausgewählten Anbietern Pilotprogramme entwickelt. Für den Angebotsbereich „Entschleunigung“ werden die Produkte des seehaus forelle haeckenhaus in Ramsen und des Familien-Hotels Hochwald in Horath vorgestellt.

A

Einklang

Zur Ruhe kommen, Gleichgewicht finden, entspannen, Energie tanken, Kraft schöpfen, im Einklang sein mit sich und der Natur. Genießen Sie Zeit. Wandern Sie auf saftigen Wiesen und gut gekennzeichneten Wegen rund um das seehaus forelle mit verschiedenen Einkehrmöglichkeiten. Kneippen Sie im Eiswoog, entdecken Sie die Quellen, genießen Sie das Bachrauschen, das flüstern der Bäume und das Vogelgezwitscher.

Für das körperliche Wohlbefinden sorgt die leichte Naturküche, die liebevoll aus besten Produkten der Umgebung zubereitet wird. Schon im Mittelalter zogen Nonnen hier Fische, heute kommen Forelle, Saibling, Karpfen und Flusskrebse aus eigener, artgerechter Fischzucht ganz frisch auf Ihren Teller.

2 Tage Programm

LEISTUNGEN

- 2 x Übernachtung mit Frühstück
- 1 x 3-Gang Fischmenü inkl. Aperitif, Bio-Wein und Wasser
- 1 x 4-Gang Menü inkl. Aperitif, Bio-Wein und Wasser

PREISE

DZ pro Person **185 Euro**

EZ 255 Euro

75,00 Euro pro Person im Doppelzimmer für 1 Zusatznacht mit Frühstück und 3Gang-Abendmenü

3 Tage Programm

LEISTUNGEN

- 3 x Übernachtung mit Frühstück
- 1 x Aperitif: Pfälzer Secco oder Traubensecco
- 3 x 3-Gang Menü

PREISE

DZ pro Person **229 Euro**

EZ 334 Euro

75,00 Euro pro Person im Doppelzimmer für 1 Zusatznacht mit Frühstück und 3-Gang-Abendmenü

ZUBUCHBARE LEISTUNGEN:

Tai Chi Kurs:

Tai Chi ist eine Verbindung aus Meditation, Gesundheit und Selbstverteidigung. Der Kurs wird für Anfänger und Fortgeschrittene von dem zertifizierten Tai Chi Lehrer Bernhard von Lauppert angeboten. Der Diplompsychologe greift auf 20 Jahre Erfahrung in verschiedenen Kampfsportarten zurück, seine besondere Begeisterung gilt dem Tai Chi.

Die meditativ-ästhetischen Bewegungen ausgeführt in der Natur bringen Ruhe und Entspannung in kurzer Zeit.

65,00 Euro pro 60 Minuten

Fliegenfischen:

Bei Besitz eines Fischereischeines ist das Fliegenfischen am See gegen eine Tagesgebühr von 16,00 Euro (inklusive 3 Salmoniden) möglich. Nichts entschleunigt schneller.

Darüber hinaus können Sie bei uns:

Schwimmen, Reiten, Kneippen, Golfen, Baden, in die Wolken Schauen, Entspannen, Essen, Boot fahren...



Ein Angebot des seehaus forelle haeckenhaus, Ramsen



Familien-Zeitreise

B

Tief durchatmen, den Blick über die herrlichen Hunsrückhöhen schweifen lassen, die Ruhe spüren. Entspannen und Entschleunigen Sie mit der ganzen Familie; die Angebote für Kinder geben auch den Eltern Zeit und Raum sich zu entfalten. Zu gemeinsamen Aktivitäten kommt man zusammen und genießt ganz entspannt gemeinsam. Im Familien-Hotel Hochwald kann man viel - man muss aber gar nichts! Jeder, ob groß oder klein kann genau das tun, was ihm gut tut.



Ein Angebot des Familien-Hotels Hochwald, Horath

5 Tage Programm

7 Tage Programm

LEISTUNGEN

- 5 x Übernachtung mit Frühstück
- 4 x Mittagessen • 5 x Abendessen
- freie Nutzung des Gesundheits- und Erholungszentrums (Sporthalle und Schwimmbad)

- 7 x Übernachtung mit Frühstück
- 6 x Mittagessen • 7 x Abendessen
- freie Nutzung des Gesundheits- und Erholungszentrums (Sporthalle und Schwimmbad)

PROGRAMMBESCHREIBUNG

Erwachsene:

- 3 x Walken • 3 x Aqua-Fitness
- 3 x Gym & Relax
- 3 x Nutzung der Saunalandschaft
- 1 x Yoga o. Jacobson o. Autogenes Training
- 1 x Aromaöl Ganzkörpermassage
- 1 x Touch to Relax Massage
- 1 x Fußreflexzonenmassage
- 1 x Candle-Light-Dinner

Erwachsene:

- 5 x Walken • 5 x Aqua-Fitness
- 5 x Gym & Relax
- 5 x Nutzung der Saunalandschaft
- 1 x Langschläfer-Frühstück • 1 x Weinprobe
- 1 x Yoga o. Jacobson o. Autogenes Training
- 1 x Aromaöl Ganzkörpermassage
- 1 x Touch to Relax Massage
- 1 x Fußreflexzonenmassage
- 1 x Candle-Light-Dinner

Kinder:

- 3 x Kinderbetreuung ab Laufalter, je bis zu 6 Stunden oder 3 x Babysitter-Service für Kinder, die nicht laufen können, je bis zu 3 Stunden
- 1 x Ganztagesbetreuung ab Laufalter
- 1 x Gute-Nacht-Geschichte (bis 5 Jahre)
- 1 x Märchenrunde mit Mandalas
- 1 x Yoga für Kinder ab 3 Jahre
- 1 x Becherlupen-Expedition ab 3 Jahre
- 1 x Koordinationsparcour ab 3 Jahre
- 1 x Mini-Aqua-Gymnastik ab 3 Jahre

Kinder:

- 5 x Kinderbetreuung ab Laufalter, je bis zu 6 Stunden oder 3 x Babysitter-Service für Kinder, die nicht laufen können, je bis zu 3 Stunden
- 1 x Kinoabend für Kinder ab 6 Jahre
- 1 x Gesundes Frühstück für Kinder
- 1 x Ganztagesbetreuung ab Laufalter
- 1 x Gute-Nacht-Geschichte (bis 5 Jahre)
- 1 x Märchenrunde mit Mandalas
- 1 x Yoga für Kinder ab 3 Jahre
- 1 x Becherlupen-Expedition ab 3 Jahre
- 1 x Koordinationsparcour ab 3 Jahre
- 1 x Mini-Aqua-Gymnastik ab 3 Jahre

Familie:

- 1 x Infoveranstaltung mit Begrüßungscocktail
- 1 x Sinneswanderung

Familie:

- 1 x Familiensauna (3 Std.)
- 1 x Kreativ-Nachmittag
- 1 x Infoveranstaltung mit Begrüßungscocktail
- 1 x Sinneswanderung

PREISE

	Komfort Zimmer	Premium Zimmer
Erw. Person	429,00 €	479,00 €
Maxi (6-11 J.)	289,00 €	324,00 €
Kiga (3-5 J.)	244,00 €	279,00 €
Mini (1-2 J.)	199,00 €	234,00 €
Baby (bis 1 J.)	139,00 €	164,00 €

	Komfort Zimmer	Premium Zimmer
Erw. Person	577,00 €	647,00 €
Maxi (6-11 J.)	392,00 €	441,00 €
Kiga (3-5 J.)	329,00 €	378,00 €
Mini (1-2 J.)	266,00 €	315,00 €
Baby (bis 1 J.)	182,00 €	217,00 €

TERMINE

20.09.2009 – 25.09.2009/27.09.2009 – 02.10.09
01.11.2009 – 06.11.2009/08.11.2009 – 13.11.2009
06.12.2009 – 11.12.2009/13.12.2009 – 18.12.2009

30.10.2009 – 06.11.2009/06.11.2009 – 13.11.2009
04.12.2009 – 11.12.2009/11.12.2009 – 18.12.2009

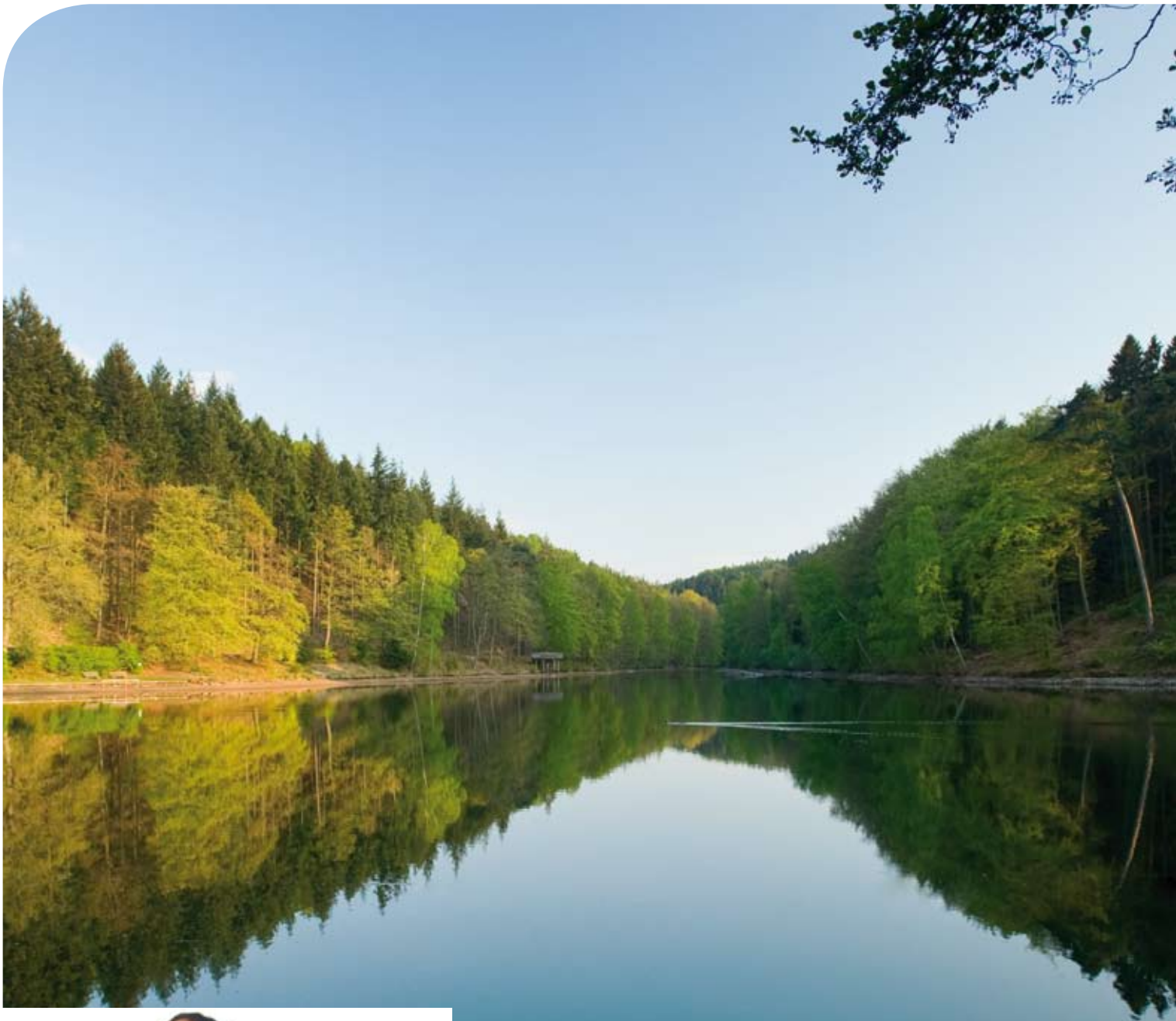


Foto: Familien-Hotel Hochwald

LEITFADEN

FÜR DIE PRODUKTENTWICKLUNG

4. ANSPRECHPARTNER FÜR PRODUKT- ENTWICKLUNG UND VERMARKTUNG

Die RPT steht im Rahmen ihrer Gesamtkoordination zur Neuausrichtung des Gesundheitstourismus allen Leistungsträgern und Partnern in Rheinland-Pfalz hinsichtlich Produktentwicklung, Vermarktung und Vertrieb beratend zur Seite.

Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH
Löhrstraße 103 – 105
56068 Koblenz

Ihre Ansprechpartnerin:

Jeanette Dornbusch
Tel.: 0261/915 20 - 32
Fax: 0261/915 20 - 40
dornbusch@rlp-info.de

Gerne ist die RPT auch bei der Suche nach Kooperationspartnern für die Produktentwicklung behilflich. Darüber hinaus stellen Berufsverbände und weitere fachspezifische Institutionen aus dem medizinisch-therapeutischen Bereich eine geeignete Informationsquelle dar, um mit qualifizierten, potenziellen Leistungspartnern (Programm- und Kursleiter, etc.) aus der Region in Kontakt zu treten.

Kooperationsmöglichkeiten für Partner und Leistungsträger sind in vieler Hinsicht möglich. Mehr Informationen unter:
www.extranet.rlp-info.de



Stressbewältigung/Entspannung

PSYCHOLOGIE/PSYCHOTHERAPIE

Bundesverband der Deutschen Psychologen (BDP)	www.bdp-verband.org
Fachgruppe Entspannungsverfahren; Berufsverband Deutscher Psychologinnen und Psychologen – Sektion Klinische Psychologie (in Dachstruktur des BDP)	www.entspannungsverfahren.com
Verband Psychologischer Psychotherapeutinnen und Psychotherapeuten im BDP e.V.	www.vpp.org
Landespsychotherapeutenkammer Rheinland-Pfalz	www.lpk-rlp.de
Bundesverband der Vertragspsychotherapeuten e.V. Landesverband Rheinland-Pfalz	www.bvvp-rlp.de
Deutsche Gesellschaft für Psychosomatische Medizin und Ärztliche Psychotherapie e.V. (DGPM) – Landesverband Rheinland-Pfalz	www.dgpm.de/index.php?id=rheinland-pfalz
BVPPT Berufsverband für Beratung, Pädagogik & Psychotherapie e.V.	www.bvppt.de
Deutscher Dachverband für Psychotherapie DVP e.V.	www.dvp-ev.de

AUTOGENES TRAINING

Deutsche Gesellschaft für Ärztliche Hypnose und Autogenes Training e.V.	www.dgaehat.de
Bundesverband für autogenes Training und Entspannungstherapie	www.batev.de

YOGA

Berufsverband der Yogalehrenden in Deutschland e.V.	www.yoga.de
Deutsche Yoga Gesellschaft (DYG)	www.yoga-uryoga.de
IYENGAR®-Yoga Deutschland (IYD) e.V.	www.iyengar-yoga-deutschland.de
Berufsverband Unabhängiger Gesundheitswissenschaftlicher Yoga-Lehrender	www.yoga-berufsverband.de

TAI CHI/QI GONG

Deutscher Dachverband für Qi Gong und Taijiquan DDQT	www.ddqt.de
Medizinischen Gesellschaft für Qigong Yangsheng e.V.	www.qigong-yangsheng.de
Deutscher Tai Chi Bund – Dachverband für Tai Chi & Qi Gong e.V.	www.tai-chi-qigong.org

Bewegung

PHYSIOTHERAPIE

Deutscher Verband für Physiotherapie	
Zentralverband der Physiotherapeuten/Krankengymnasten (ZVK) e.V.	www.zvk.org
Bundesverband selbstständiger Physiotherapeuten – IFK e.V.	www.ifk.de
Verband Physikalische Therapie – Landesgruppe RLP/Saar	www.vpt-rps.de

Ernährung

Deutsche Gesellschaft für Ernährung e.V.	www.dge.de
Institut für Qualitätssicherung in der Ernährungstherapie und Ernährungsberatung e.V.	www.quetheb.de
Verband für Ernährung und Dätetik e.V.	www.vfed.de

Hinweis: Berufsverbände und Institutionen (Auswahl) – die Darstellung erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit



4. ANSPRECHPARTNER FÜR PRODUKT-ENTWICKLUNG UND VERMARKTUNG

AUSBILDUNG ZUM STRESSMANAGER

Das Reha-Kompetenz-Zentrum Bad Kreuznach, ein Zusammenschluss mehrerer Reha-Kliniken in Bad Kreuznach und Bad Münster am Stein-Ebernburg, bietet den Lehrgang „Anti-Stress-Management“ an. Ziel ist die Ausbildung von „Anti-Stress-Managern“, die innerhalb gesundheitstouristischer Programme zur Stressprävention oder im Rahmen des betrieblichen Gesundheitsmanagements zum Einsatz kommen können.

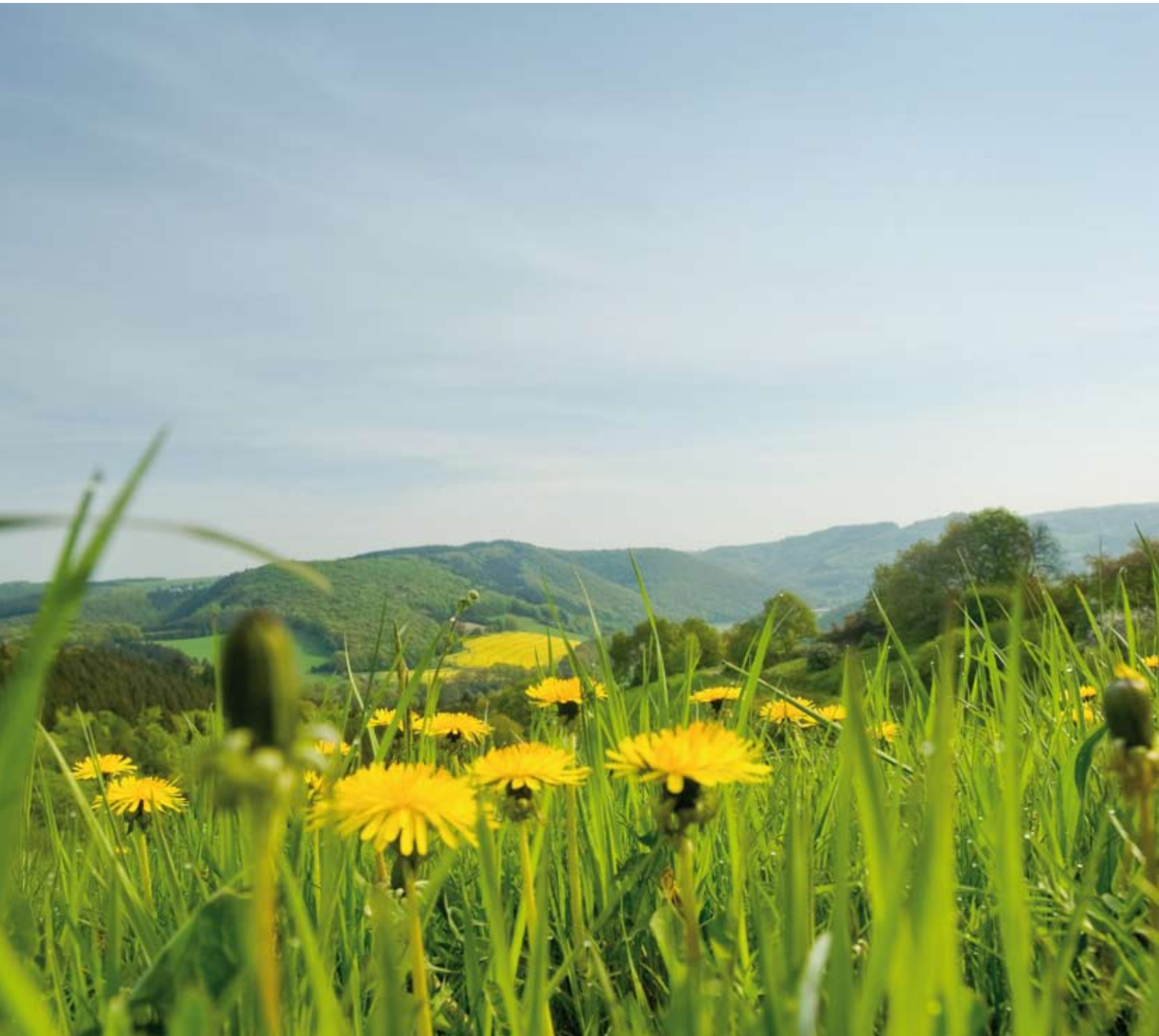
Das in Zusammenarbeit mit wissenschaftlichen Partnern entwickelte Schulungsprogramm bildet sowohl Anti-Stress-Manager (Anti-Stress-Coaches) als auch Servicekräfte aus. Die Anti-Stress-Coaches verstehen sich hierbei als Partner des Gastes, die im persönlichen Austausch Wissen, Erfahrungen und Handlungsstrategien im Umgang mit Stress vermitteln. Ebenfalls werden Servicekräfte zu Fallmanagern und als Ansprechpartner und Betreuer des Gastes während des gesamten Aufenthaltes qualifiziert. Im Sinne einer

nachhaltigen Umsetzung der Anti-Stress-Strategien beinhaltet die Ausbildung ebenfalls den Einsatz online- bzw. computergestützter Nachbetreuungsinstrumente (E-Health-Management). Das Qualifizierungsmodul des reha Kompetenzzentrums wird künftig auch weiteren Betrieben sowie Heilbädern und Kurorten zur Verfügung stehen.

Ansprechpartner:

reha Kompetenzzentrum
Nadine Schuster
Franziska-Puricelli-Straße 3
55543 Bad Kreuznach
Tel.: 0671-796 268 63/ Fax: 88 20 190
info@reha-kompetenz.de

Bad Kreuznach Tourismus und
Marketing GmbH
Dr. Michael Vesper
Kurhausstraße 22-24
55543 Bad Kreuznach
Tel.: 0671-836 00 50/ Fax: 836 00 85
info@bad-kreuznach-tourist.de



IMPRESSUM

Herausgeber: Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH, Löhrrstr. 103-105, 56068 Koblenz, Tel. 0261-915 20-0, Fax: 0261-915 20-40 • info@rlp-info.de
Die Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH ist die erste Tourismusorganisation in Deutschland, die mit dem Zertifikat „ServiceQualität Deutschland II“ ausgezeichnet wurde.

Gestaltung: shapefruit AG, Telegrafenstr. 13, 53474 Bad Neuenahr, Tel. 02641-80050 • www.shapefruit.de

Autoren: PROJECT M GmbH, Cornelius Obier, Christoph Creutzburg
Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH, Dr. Achim Schloemer, Jeanette Dornbusch
KECK MEDICAL GmbH, Dr. med. Andreas Keck

Fotos: Rheinland Pfalz Tourismus GmbH, PARK HOTEL Bad Salzig GmbH, Hotel ZUGBRÜCKE Grenzau GmbH,
Familien-Hotel Hochwald, Menschels Vitalresort, seehaus forelle-haeckenhaus, AG Bad Neuenahr,
Ahrtal-Tourismus Bad Neuenahr-Ahrweiler e. V., Dominik Ketz, Shutterstock Bildarchiv



Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH

Löhrstraße 103-105

56068 Koblenz

Tel.: 0261/ 915 20-0

Fax: 0261/ 915 20-40

info@ichzeit.info

www.ichzeit.info

www.extranet.rlp-info.de