



PRÄVENTIONSWERKSTATT NRW

Urlaubsangebote „Bewegung/Bewegungsapparat“ – ein Leitfaden zur Produktentwicklung für die gesundheitstouristischen Akteure in Nordrhein-Westfalen

WWW.NRW-GESUND.INFO

INHALT

Einführung.....	3
Teil 1: Marktüberblick und Zielgruppen.....	4
Teil 2: Entwicklung und Vermarktung innovativer Angebote.....	11
2.1 Angebotsinhalte.....	11
2.2 Qualitätsstandards	19
2.3 Vermarktung und Vertrieb.....	21
Checklisten.....	25
Ihre Ansprechpartner/-innen.....	25
Impressum	29



EINFÜHRUNG

NEUER MARKTAUFTRITT IM GESUNDHEITSTOURISMUS

Zum Start einer neuen Produktmarke im Gesundheitstourismus führen der Tourismus NRW e. V., Teutoburger Wald Tourismus, Sauerland-Tourismus e. V. und die Gesundheitsagentur NRW das Förderprojekt „Präventionswerkstatt in Nordrhein-Westfalen“ durch.

Gemeinsam mit Experten aus Tourismus und Medizin wurden Chancen für den präventionsorientierten Gesundheitstourismus ermittelt sowie Trends, Zielgruppen und Erfolgsfaktoren abgeleitet. Im Zuge des Wettbewerbs „Gesund in NRW“ sind Angebote und Potenziale für den Gesundheitstourismus identifiziert und zu Programmen weiterentwickelt worden. Diese sind seit Mai 2014 unter dem Webaufttritt www.nrw-gesund.info zu finden. Weitere Urlaubsangebote mit dem Schwerpunkt Prävention kommen sukzessive dazu.

Leitfäden der Präventionswerkstatt

Praxisleitfaden – als Druckversion und [Download](#) verfügbar

Themenleitfäden – als PDF auf Anfrage erhältlich (siehe Kontaktinfos S. 25):

- **Bewegung / Bewegungsapparat**
- Übergewicht (Adipositas)
- Mentale Gesundheit (Regeneration/ Innere Mitte/Schlaf)
- Herz-Kreislauf
- Diabetes



LEITFÄDEN FÜR NEUE ANGEBOTE

Die erarbeiteten Projektergebnisse stellt die Präventionswerkstatt in verschiedenen Leitfäden zur Verfügung:

- Wichtige **Basisinformationen** und einen **Gesamtüberblick** zum Ansatz der Präventionswerkstatt mit den grundlegenden Möglichkeiten für die Angebotsgestaltung und Vermarktung liefert ein **Praxisleitfaden**.
- Für **tiefergehende Informationen** gibt es darüber hinaus **fünf Themenleitfäden**, die an den Praxisleitfaden anknüpfen und stärker im Detail auf die wichtigsten Angebotsbereiche nach Indikationen (Krankheitsbildern), **hier: Bewegung/Bewegungsapparat**, eingehen. Sie beinhalten jeweils spezifische Hinweise zur Angebotsentwicklung.

Aufbau des vorliegenden Leitfadens Bewegungsapparat

Dieser Leitfaden gibt in zwei Teilen wichtige Tipps zur Erstellung und Vermarktung von Urlaubsangeboten im Bereich Bewegung / Bewegungsapparat:

Teil 1 – Marktüberblick und Zielgruppen:

- Fakten zu Sportmedizin, Rückenproblemen, Osteoporose
- Welche Zielgruppen sind für Urlaubsangebote relevant?

Teil 2 – Handlungsempfehlungen:

- Welche Anforderungen sind bei den einzelnen Teilzielgruppen zu beachten?
- Welche Programminhalte sind sinnvoll?
- Welche Qualitätsstandards gibt es?
- Wie kann Vermarktung und Vertrieb gestaltet werden?

Teil 1: Marktüberblick und Zielgruppen

BEWEGUNG UND DIE DEUTSCHEN: EIN AMBIVALENTES VERHÄLTNIS

Für eine **gute Gesundheit ist Bewegung sehr wichtig**. Je mehr wir uns bewegen, desto besser geht es uns. Laut einer [TK-Studie zum Bewegungsverhalten in Deutschland](#) bewerten mehr als 60% der Befragten, die gelegentlich Sport treiben, dass es ihnen gesundheitlich gut oder sehr gut geht. Bei den Intensivsportlern sind es sogar 87%¹. Auch ist unbestritten: es gibt kaum eine Diagnose, bei der Bewegung nicht deutlich zum Therapieerfolg beiträgt. Genau wie bei Arzneimitteln kommt es darauf an, individuell das Richtige auszuwählen und die passende Dosis zu finden.

Es lassen sich zwei Entwicklungen beobachten:

- Bewegung und Sport als Lifestyle:** Zum einen versuchen sich immer mehr Menschen mit Sport fit und gesund zu halten: rund 8,6 Millionen Menschen waren Ende 2013 in Deutschland in einem Fitnessstudio angemeldet (Mitgliederwachstum 8,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr²). Dieser Trainingseifer ist vor allem in dem Wunsch begründet, sich jung und gesund zu halten. Wie die TK-Studie zum Bewegungsverhalten in Deutschland zeigt, treiben tatsächlich immer mehr Menschen Sport, um v. a. ihre **Leistungsfähigkeit** zu steigern (körperliche Verfassung), in Form zu bleiben und gesundheitliche Probleme vorzubeugen. Nur jeder Vierte macht Sport in erster Linie aus Spaß. Es zeigte sich auch ein Zusammenhang zwischen Einkommen und Bewegung: je höher das Gehalt, desto sportlicher sind die Befragten.
- Bewegungsmuffel sind schwerer zu aktivieren:** Auf der anderen Seite sitzen sich immer mehr Menschen in Deutschland krank und für ganze Bevölkerungsgruppen ist Bewegung zunehmend ein Fremdwort. Dabei sind **Zeitmangel, Krankheiten oder körperliche Einschränkungen** die häufigsten Gründe, keinen Sport zu treiben. Über 50% treibt selten oder nie Sport. Allerdings nicht aus Überzeugung. Ein Großteil der „Bewegungsmuffel“ wird von einem **schlechten Gewissen** geplagt und vermutet, dass ein wenig Sport eigentlich gut tun würde. Fast 30% der Antisportler rechnen sogar damit, dass sich ihre **Beschwerden** wie z. B. Rückenschmerzen noch verschlimmern werden, weil sie keinen Sport treiben. Dies zeigt, dass ein **Bewusstsein für die Notwendigkeit des Sports** durchaus vorhanden ist.

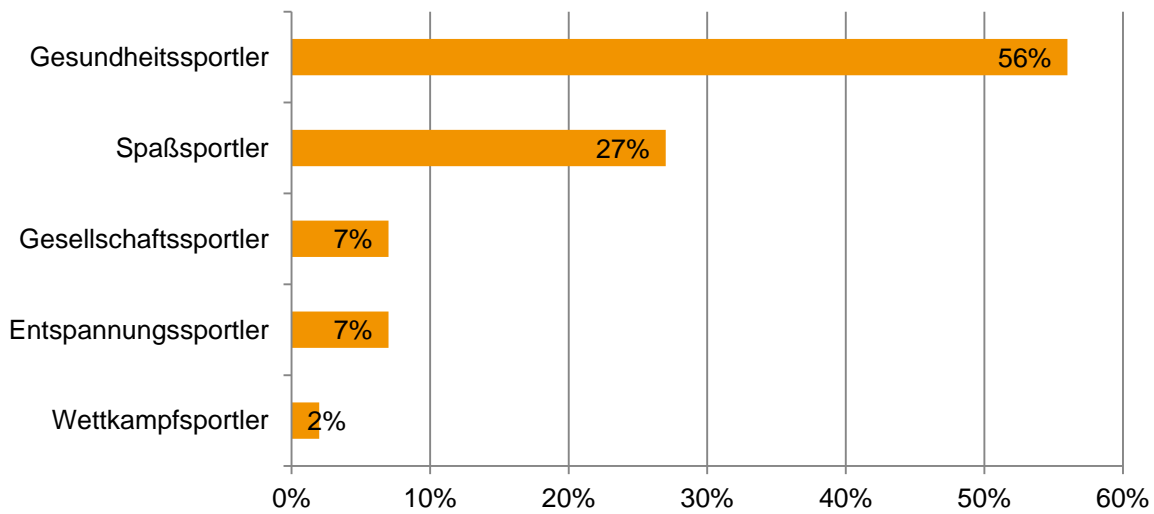


¹ Beweg Dich, Deutschland! – TK-Studie zum Bewegungsverhalten der Menschen in Deutschland, Herausgegeben von der Techniker Krankenkasse 2013

² Deloitte, Der deutsche Fitnessmarkt 2014

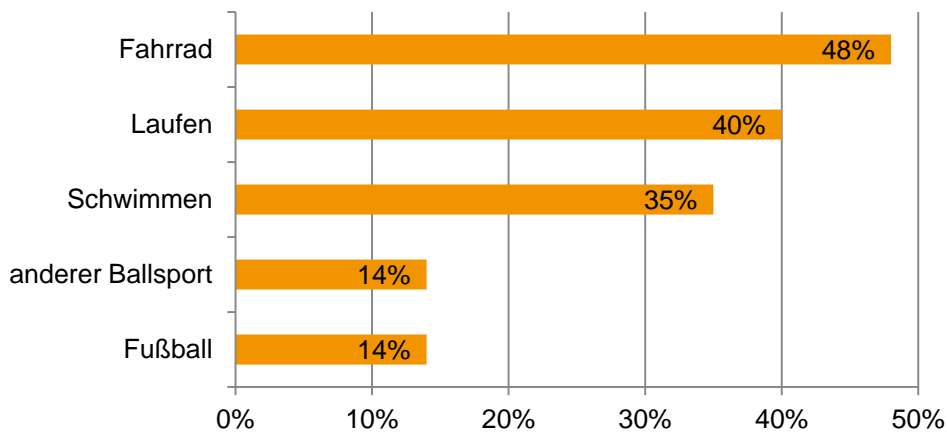
Infobox– Sportmotivation

Das sagen die Befragten über ihr Sportverhalten:

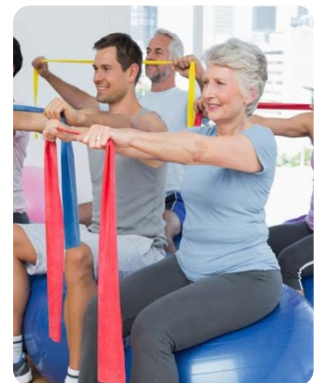
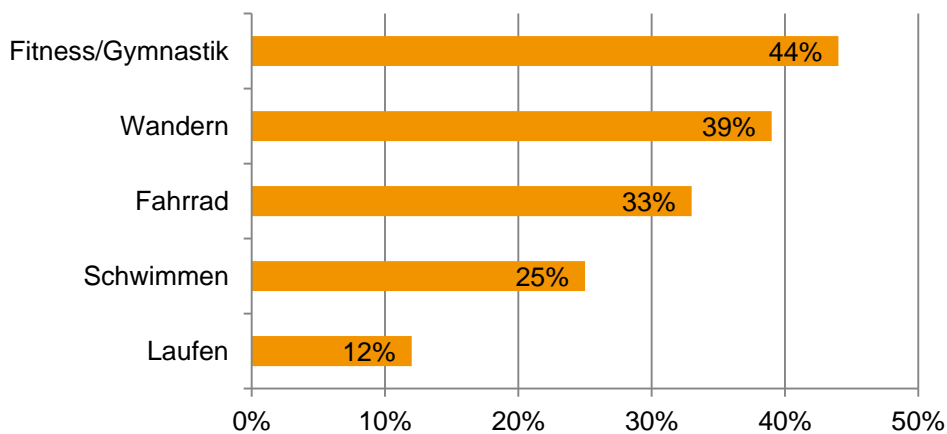


Beliebteste Sportarten nach Alter:

18 - 25 Jahre



66+



INTENSIVE BEWEGUNG IM URLAUB: RUND 40% SIND DAFÜR ZU HABEN

Für gesundheitstouristische Angebote sind vor allem **leicht ansprechbare Zielgruppen** interessant. Bei immer mehr Menschen gehört Sport zu einer gesunden Lebensweise dazu, auch im Urlaub. Für vier von zehn heißt das, dass sie sich **intensiv im Urlaub bewegen** möchten. Auch fällt auf: es sind eher die **Älteren und Menschen ohne Kinder**, die eine Aktivurlaub mit viel Bewegung anstreben. Die freie Zeit wird z. B. genutzt, um sich fit zu halten, um eine neue Sportart auszuprobieren, einen sportmedizinischen Check-up zu machen oder die Lauftechnik für den anstehenden Halbmarathon zu verbessern. Aktivurlaub ist auch eher eine Sache der **höheren Bildungs- und Einkommensgruppen**. Hier ist das Bewusstsein für einen gesünderen Lebensstil mit mehr Bewegung etwas ausgeprägter.

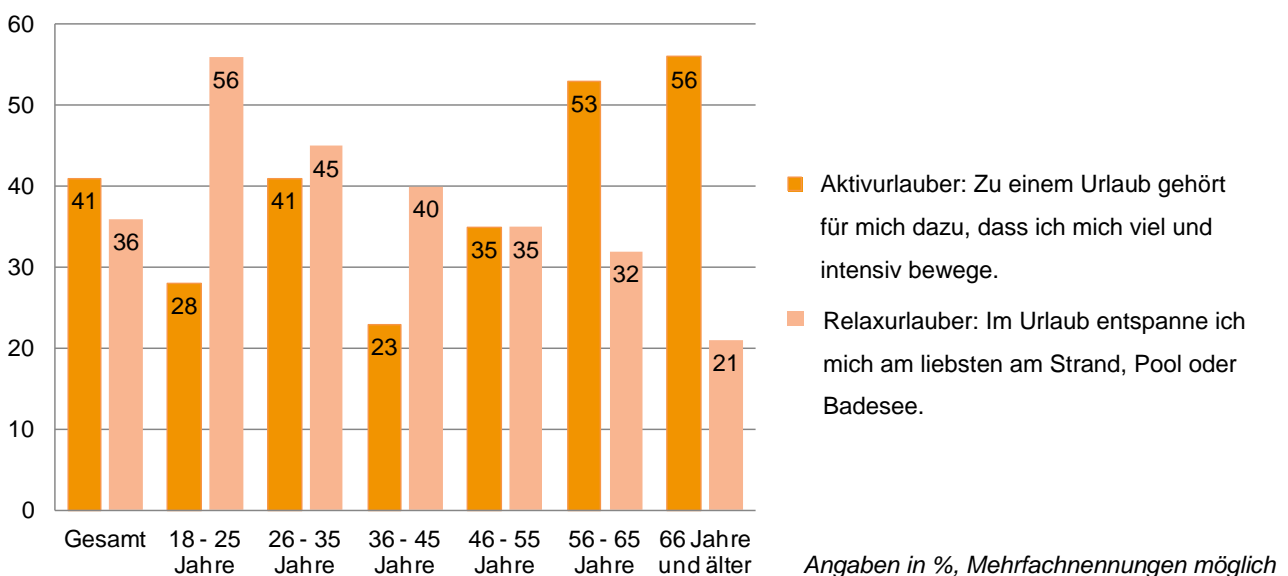
Generell gilt: Wer sich ohnehin gern bewegt, will das auch im Urlaub nicht missen. Von den „Spaßbewegern“ hat jeder zweite Lust auf Aktivurlaub, während diejenigen, die in ihrer Freizeit gern ausgiebig vor dem Bildschirm hocken, auch im Urlaub nicht den großen Bewegungsdrang entwickeln. Nur jeder vierte dieser Gruppe mag Aktivurlaub.

SPORTMEDIZIN: FÜR LIFESTYLE-SPORTLER, ABER AUCH FÜR DIE BEWEGUNGSTHERAPIE RELEVANT

In der Sportmedizin geht es nicht nur um die Behandlung von Verletzungen sondern auch darum, die **Leistungsfähigkeit von Sportlern zu messen**, um darauf aufbauend ein **individuelles Training** zu erstellen. Die Diagnostik von Kraft, Kondition, Koordination, Beweglichkeit und Schnelligkeit ist vor allem für **touristische Programme** für Freizeitsportler aber auch für Erkrankte interessant, die wieder leistungsfähiger werden wollen.

Im Hinblick auf die alternde Gesellschaft werden künftig auch verstärkt **Bewegungsangebote für Hochbetagte** gefragt sein. Immer mehr ältere Menschen greifen zu Hanteln und Fitnessgeräten, um auch im Alter körperlich in Schwung zu bleiben oder sich nach längerer Krankheit wieder zu stärken. Wichtig ist hierbei eine sportmedizinische und therapeutische Begleitung. Gleiches gilt für Personen, die nach einem längeren **Rehaufenthalt wieder in den Sport einsteigen** möchten.

Infobox – Urlaubsverhalten der Deutschen



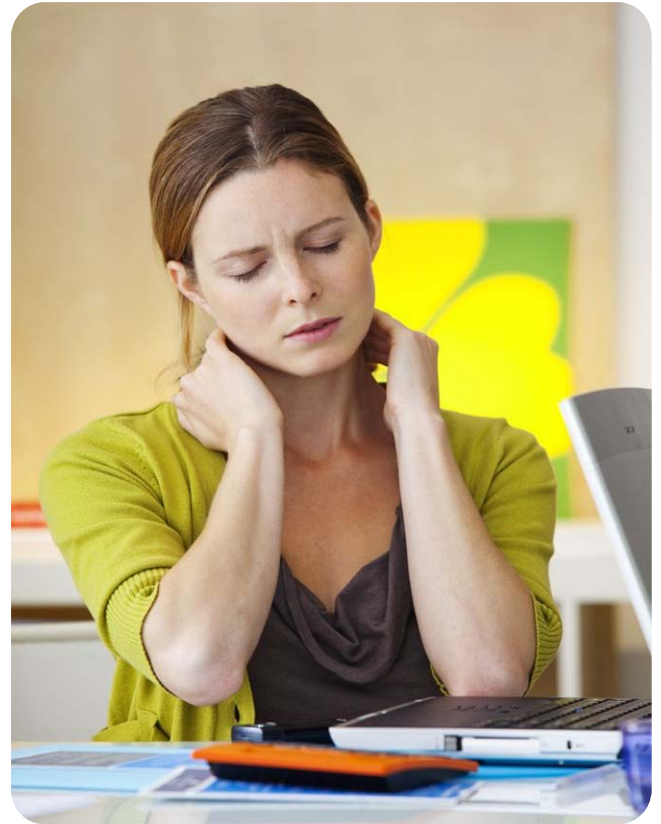
Quelle: Eigene Darstellung nach „Beweg Dich, Deutschland!“ – TK-Studie zum Bewegungsverhalten in Deutschland 2013

ERKRANKUNGEN DES BEWEGUNGSAPPARATS – VOLKSLEIDEN: RÜCKENSCHMERZEN

Neben psychischen Leiden (siehe Themenleitfaden-Mentale Gesundheit) sind **Erkrankungen des Bewegungsapparats** der häufigste Grund für **Fehltage in Unternehmen**. Rücken- und Gelenkerkrankungen als Folge von Abnutzungserscheinungen (Arthrose), Entzündungen (Arthritis) oder Brüchen gehören zu den häufigsten Ursachen für ständig wiederkehrende chronische Schmerzen.

Am häufigsten werden **Rückenschmerzen** diagnostiziert. Vor allem **mangelnde Bewegung** und **stundenlanges Sitzen** führen heute zunehmend zu Rückenschmerzen. Aber auch der **Stress** sitzt immer mehr Menschen im wahrsten Sinne des Wortes im Nacken.

Laut einer Studie der TK sind 80% der Deutschen im Laufe ihres Lebens zumindest kurzzeitig von Rückenbeschwerden betroffen, ein erheblicher Teil leidet längerfristig unter entsprechenden Beschwerden. Verstärkt sind Präventionsmaßnahmen auch im Bereich der betrieblichen Gesundheitsförderung gefordert.



Infobox – Schnellüberblick „Rückenschmerzen“

Was sind Rückenschmerzen?	<ul style="list-style-type: none"> Schmerzen im Bereich der Wirbelsäule im Rahmen von Beugung oder Drehung bzw. sogar in Ruhe Am häufigsten sind Rückenschmerzen im Bereich der Lendenwirbelsäule
Wer ist betroffen?	<ul style="list-style-type: none"> Ca. 10% der Deutschen leiden unter wiederkehrenden Rückenschmerzen im Sinne von einer Chronifizierung Besonders häufig wird über Rückenschmerzen bei über 50-Jährigen geklagt
Was verursacht und begünstigt Rückenschmerzen?	<ul style="list-style-type: none"> Unspezifische Rückenschmerzen: Einseitige Belastung bei bewegungsarmer Lebensweise oder eingefahrenen Haltungsmustern, Überlastung durch Übergewicht, falsches Training oder Leistungssport, Schwangerschaft Spezifische Rückenschmerzen: Osteoporose, chronisch-entzündliche Erkrankungen, Entzündungen im Bereich der Wirbelsäule durch Bakterien oder Viren, Fehlbildungen oder Formstörungen der Wirbelsäule, Verletzungen, Knochen- und Stoffwechselerkrankungen etc.
Wie wird sich der Bereich Rückenschmerzen entwickeln?	<ul style="list-style-type: none"> Es wird im Rahmen der Alterung der Gesellschaft eine weitere Zunahme erwartet.

Quellen: www.eesom.com, www.osteoporose.de, www.gbe-bund.de, Dtsch Arztebl Int 2013; 110(4): 52-7 Quelle: Eigene Darstellung nach „Beweg Dich, Deutschland!“ – TK-Studie zum Bewegungsverhalten in Deutschland 2013

OSTEOPOROSE – EINE DER ZEHN WICHTIGSTEN ERKRANKUNGEN DER GEGENWART

Ein weiteres Problem, das u. a. aufgrund von Bewegungsmangel auftreten kann, ist die Osteoporose. Je weniger wir uns bewegen, desto langsamer bilden sich unsere Knochen neu. Hierdurch kann in den Knochen ein Mangel an Mineralien entstehen, der zu einer geringeren Knochendichte führen kann. Bereits heute zählt die Weltgesundheitsorganisation (WHO) Osteoporose zu den zehn wichtigsten Erkrankungen. **Derzeit leiden ca. 6 Millionen Menschen in Deutschland** an Osteoporose⁴, darunter viele Frauen. Zwar wirkt das Hormon Östrogen knochenstärkend, in den Wechseljahren geht seine Produktion aber stark zurück. Deshalb trifft Osteoporose vor allem ältere Frauen.



Bei der **Vorbeugung** aber auch der **Behandlung** von Osteoporose spielt **Bewegung** eine wichtige Rolle. Beispielweise können Kraft- und Konditionstraining, Dehnübungen oder Tai Chi den Knochenaufbau gezielt anregen.

Infobox–Schnellüberblick „Osteoporose“

Was ist Osteoporose?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Schwächung der Knochen aufgrund eines niedrigen Mineralsalzgehalt ▪ Als an Osteoporose erkrankt gelten definitionsgemäß Menschen mit einer verminderten Knochendichte
Wie zeigt sich Osteoporose?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ „Schleichende Entwicklung“, lange Zeit ohne eindeutige Symptome ▪ Schmerzen des Bewegungsapparates ▪ Knochenbrüche aus unverhältnismäßigem Anlass (z. B. Hochschrecken, Hustenstoß)
Wer ist betroffen?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ V. a. ältere Menschen, Frauen sind häufiger betroffen ▪ 7% / resp. 19% aller Frauen in Deutschland im Alter von 55 Jahren/resp. 80 Jahren haben bereits eine Osteoporose ▪ Zunehmend auch Männer über 60 Jahren: 5,2% aller Männer in Deutschland haben Osteoporose.
Was verursacht und begünstigt Osteoporose?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nicht krankhafte Ursachen: u.a. altersbedingte hormonelle Umstellungen, Fehlernährung, Bewegungsmangel ▪ Erkrankungen: z. B. gestörte Magen-/Darmfunktion, eingeschränkte Nierenfunktion, Magersucht etc. und bestimmte Medikamente
Wie wird sich die Zahl der Erkrankten entwickeln?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mit ca. 6 Millionen Erkrankten in Deutschland ist Osteoporose eine Volkskrankheit der alternden Gesellschaft. ▪ Die Zahl der jährlichen Neuerkrankungen wird auf 885.000 geschätzt.

Quelle: www.eesom.com, www.osteoporose.de, www.gbe-bund.de, Dtsch Arztebl Int 2013; 110(4): 52-7

ZIELGRUPPEN FÜR NEUE URLAUBSANGEBOTE IN NRW

Folgende Gästegruppen wurden durch das Expertengremium der Präventionswerkstatt mit Präventivmedizinern und Touristikern für den Gesundheitstourismus in NRW herausgearbeitet (siehe Infobox).

Infobox– Zielgruppeneinteilung „Bewegungsapparat“



**Gesunde:
Leistungssteigerung**

... gesunde Sportler möchten auf **gesunde Art und Weise ihre Leistungsfähigkeit erhalten und verbessern** und dies auch mit **messbaren Ergebnissen** belegen. Sie suchen hochwertige Sportangebote unter qualifizierter Anleitung inklusive Leistungsdiagnostik, Coachings, Technikkursen etc.

z. B. 40-jähriger Manager, der sich im Urlaub gezielt auf einen Marathon vorbereiten und seine eigenen Rekorde brechen möchte



**Einstieg in den Sport nach
Erkrankung, Hochbetagte**

... **Sportinteressierte, die nach Abschluss der Reha-Maßnahmen intensiver in Sport einsteigen möchten** sowie **Hochbetagte**, die durch Bewegung ihre Gesundheit und Vitalität verbessern möchten. Sie suchen einen leichten Einstieg in den Sport und möchten unter qualifizierter Anleitung von Ärzten, Therapeuten, Sportwissenschaftlern etc. Ängste vor Verletzungen oder Verschlimmerungen der Krankheit überwinden und sich gut aufgehoben fühlen.

z. B.: 60-Jähriger, der nach einer Bandscheibenoperation wieder Sport treiben möchte



Osteoporose

... **Betroffene mit Osteoporose** möchten mit **Bewegungstherapie** den Verlauf der Krankheit verlangsamen oder stoppen. Sie erwarten ein auf ihre Bedürfnisse angepasstes Angebot mit ärztlicher/therapeutischer Begleitung. Ebenso soll der Urlaub genutzt werden, um neue Verhaltensweisen zu erlernen, die in den Alltag integriert werden können.

z. B. 50-jährige Lehrerin, die an Osteoporose leidet und im Urlaub einen besseren Umgang mit der Krankheit erlernen möchte.



Leichte Rückensymptomatik

... **Betroffene mit leichten Rückenschmerzen** möchten diese abbauen und einer Verschlimmerung vorbeugen. Sie erwarten ein speziell auf ihre Bedürfnisse angepasstes Programm unter Anleitung eines Physiotherapeuten. Tipps und Empfehlungen für den Alltag sind gefragt.

z. B. 40-jähriger Außendienstmitarbeiter, der den ganzen Tag im Auto sitzt und aufgrund der Fehllhaltung und mangelnden Bewegung immer mal wieder an Rückenschmerzen leidet und eine Verschlimmerung vorbeugen möchte.



WELCHE ZIELGRUPPE IST FÜR MICH ALS ANBIETER RELEVANT

Je nach Zielgruppe sind die Schwerpunkte der Urlaubsangebote unterschiedlich gelagert. Die Anforderungen an Dienstleister können sehr stark variieren. Letztlich muss jeder Anbieter für sich selbst entscheiden, welche Voraussetzungen er konkret für welche Zielgruppe allein oder in Kooperation mit Partnern leisten kann und will (siehe Checkliste).

Checkliste – Welche Zielgruppe ist für mich als Anbieter relevant?

Touristische Anbieter:

- Für touristische Anbieter, wie z. B. Hotels oder Sporthotels kommen aufgrund niedriger Anforderungen besonders die gesunden Sportler in Frage.
- Touristischen Anbietern, die mit speziellen Anbietern aus den Bereichen Medizin oder Therapie kooperieren, empfiehlt sich die Angebotserstellung für alle genannten Zielgruppen.

Gesundheitsanbieter:

- Kliniken sind aufgrund ihrer Kompetenzen in erster Linie in der Lage, Angebote für Betroffene mit Osteoporose oder leichter Rückensymptomatik speziell zu gestalten. Auch gesunde Sportler können über sportmedizinische Leistungen wie die Leistungsdiagnostik angesprochen werden.
- Physiotherapien und Fitnesscenter mit fachkompetenter personeller Ausstattung Ausstattung können sich ebenfalls die gesundheitstouristischen bewegungsinteressierten und -bedürftigen Zielgruppen bedienen.



TEIL 2: ENTWICKLUNG UND VERMARKTUNG INNOVATIVER ANGEBOTE

2.1 ANGEBOTSIHALTE

ÜBERGREIFENDE ANFORDERUNGEN

Qualifiziertes Personal: Schritt eins der Angebotsentwicklung ist die Überprüfung der **personellen Ressourcen** – insbesondere sollten ein **Sportmediziner** und erfahrene **Personal Trainer** verfügbar sein. Der medizinische Rat und die Bewegungs-Trainer sollten den Gästen im Fall einer Inanspruchnahme auch zeitnah zur Verfügung stehen.

Angebotskern: Der **Kern eines Angebots** sollte jeweils exakt auf die jeweilige **Motivation der Zielgruppe** hin konzipiert werden, alle weiteren Services werden um diesen Kern gruppiert. Ebenso ist darauf zu achten, dass sich aktive (**Bewegung**) und passive (**Entspannung**) Phasen abwechseln.

Zentraler Teil des Gesamtangebots sind **Check-ups** und **Bewegungstrainings**, die den unterschiedlichen Ansprüchen der 4 Zielgruppen gerecht werden. Ebenso sollten die gastronomischen Angebote die unterschiedlichen Ziele der Gruppen berücksichtigen.

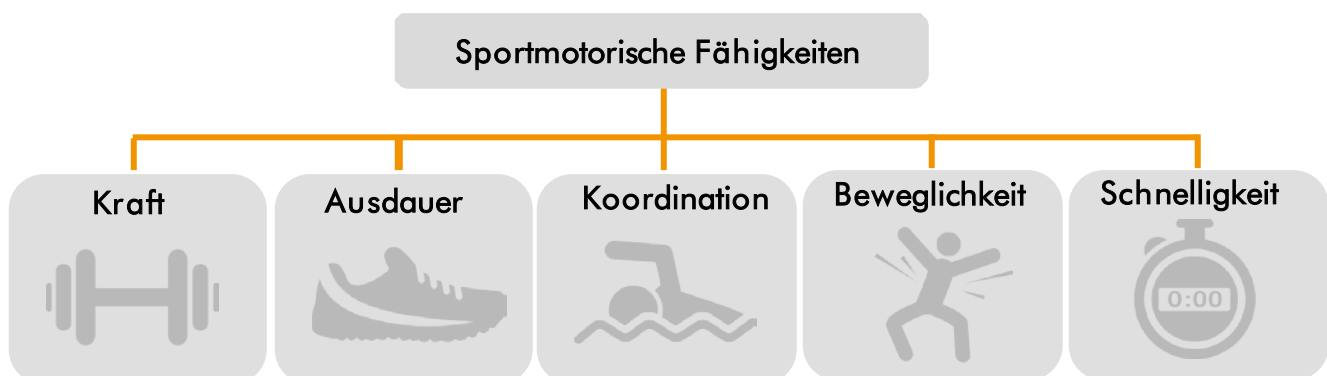
Eine sehr hilfreiche Einteilung der unterschiedlichen Check-ups und Trainingsangebote kann mit Hilfe des Modells der sportmotorischen Fähigkeiten erfolgen:



Anbieter sollten auch mit dieser Systematik ihre Angebotsschwerpunkte definieren und laienverständlich kommunizieren.

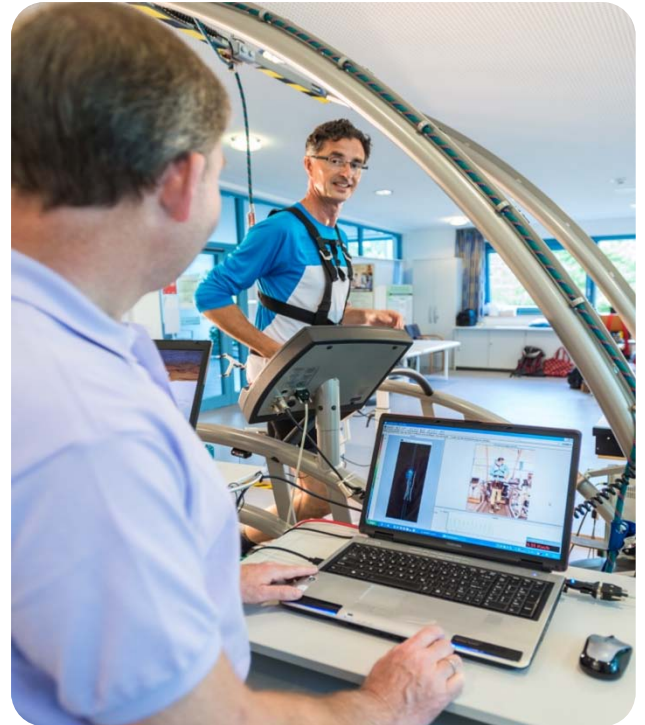
Nachbetreuung: Zunehmend wichtig wird die Integration einer Nachbetreuung in das Angebotspaket, da die Übertragung des Gelernten in den Alltag verbessert wird und damit auch im Nachhinein eher der Eindruck der Sinnhaftigkeit entsteht. Nachbetreuung fördert die Kundenbindung und kann im Rahmen von Telefonaten durchgeführt werden aber auch unter Nutzung von internetbasierten Kommunikationswegen, z. B. von Smartphone-Apps. Diese Apps sollten auf einfache und anschauliche Weise die Übungen darstellen (z. B. als Video) und die Möglichkeit bieten, das Betreuungsteam zu kontaktieren.

Infobox – Modell der sportmotorischen Fähigkeiten



SPEZIELLE HINWEISE „GESUNDE: LEISTUNGSSTEIGERUNG“

Der Gast, der seine sportliche Leistung auf gesunde Art und Weise steigern möchte, legt besonderen Wert auf die Berücksichtigung seiner **individuellen Stärken und Schwächen**. Er hat in der Regel schon die Erfahrung gemacht, dass Sport auch zu Verletzungen und Beschwerden führen kann und möchte diesbezüglich **Rat und geeignetes Training**. Für eine fundierte Beratung ist in der Regel eine **Bestandsaufnahme wesentlicher sportmotorischer Fähigkeiten** erforderlich, ebenso die **Erfassung von individuellen Risiken** im Rahmen der Sportausübung. Eine typische Situation ist die Vorbereitung auf **Konditionswettbewerbe** im Joggen oder Radfahren oder auch die Vorbereitung auf das Skifahren.



Infobox – Übersicht Angebotsgestaltung für den an gesunder Leistungssteigerung Interessierten

„Gesunde Leistungssteigerung“



Ziele des Gastes

Der an gesunder Leistungssteigerung interessierte Gast möchte kompetente individualisierte Anleitung zur Verbesserung seiner sportlichen Fähigkeiten bei gleichzeitiger Schonung bzw. sogar Optimierung seiner Gesundheit

Angebotskern

Im Fokus steht die Kombination aus Check-ups unter Berücksichtigung der sportmotorischen Fähigkeiten und das daraus abgeleitete individualisierte Training.

Erforderliche Kompetenzen (in Anlehnung an den Leitfaden Prävention der Krankenkassen)

- **Leitung:** Sportmediziner
- **Durchführung (Bewegung):**
 - **Fachkräfte** mit einem staatlich anerkannten Berufs- oder Studienabschluss im Bereich Bewegung, insbesondere Sportwissenschaftler (Abschlüsse: Diplom, Staatsexamen, Magister, Master, Bachelor)
 - **Krankengymnasten/Physiotherapeuten, Sport- und Gymnastiklehrer**
 - **Ärzte**, sofern diese im Rahmen einer Schulung in das durchzuführende Gesundheitssportprogramm speziell eingewiesen sind
 - **Lizenzierte Übungsleiter der Turn- und Sportverbände** mit der Fortbildung „Sport in der Prävention“ (Lizenzstufe II), die in das durchzuführende Gesundheitssportprogramm speziell eingewiesen sind

Beispiele für Dienstleistungen

- Sportmedizinischer und ggf. orthopädischer **Check-up**, u. a. Belastungs-EKG
- Ableitung des geeigneten **Trainingsprogrammes** mit Kombination aus Bewegungstraining und passiver Entspannung (z. B. Massage, Bäder)
- Sportartspezifische **Ernährungsberatung**

Infobox – Angebotsbeispiel 1 für den an gesunder Leistungsteigerung Interessierten

Rennradpauschale Bike Arena Sauerland

Die Sportklinik Hellersen bietet für Rennradfahrer eine **sportmedizinische Diagnostik** an. Das gesundheitstouristisch Besondere an diesem Angebot ist die Möglichkeit, die **Diagnostik direkt bei Gastgebern** durchzuführen, die nach den Kriterien von Bett & Bike Sport zertifiziert sind. Dies wird durch den Transport einer **mobilen Diagnostikeinheit** ermöglicht. Bereits bei Anmeldung wird ein Fragebogen versendet. Im Rahmen der Diagnostik vor Ort wird die momentane persönliche Leistungsfähigkeit gemessen, es werden Trainingsempfehlungen und Tourentipps gegeben und es wird darauf aufbauend ein dreimonatiger Trainingsplan erstellt. Bis zu 6 Radfahrer können untersucht werden, es sind jedoch auch Einzelbuchungen möglich. Die Gäste erhalten eine Bescheinigung für die Krankenkasse durch die Sportmedizin Hellersen mit dem Hinweis, dass manche Krankenkassen alle 2 Jahre eine sportmedizinische Untersuchung mit z. B. 120 Euro bezuschussen. ([Vollständiges Angebot](#))

Auszug aus der Produktbeschreibung

Leistungen:

- 2 ÜN/HP in einer Bett & Bike Sport-Unterkunft
- Begrüßung durch den Gastgeber und einen Sportwissenschaftler von der Sportklinik Hellersen
- Leistungsdiagnostischer Test durch das mobile Radlabor (Herzfrequenz, Laktatkonzentration, Borg-Skala)
- Auswertung mit Herzfrequenzvorgaben bzw. Wattvorgaben für festgelegte Trainingsbereiche
- Tägliche Vor- und Nachbesprechung der Rennradtouren
- umfangreiche Trainingsplanung für 3 Monate
- GPS Geräteverleih auf Anfrage
- Pulsmessgeräte werden gestellt
- gesellige Abschlussbesprechung bei einem vitalen Snack
- auf Anfrage: Stretching durch Trainer, Massage, Werkstattworkshop, Stabilisationstraining, Sitzpositionsanalyse, Vortrag und Diskussion zu Sportgetränke und Sporternährung (es entstehen Zusatzkosten)



Bei der Buchung werden eine detaillierte Programmbeschreibung sowie der **ParQ-Fragebogen** (Fragebogen zur Gesundheit) zugesandt. Bitte bring diesen ausgefüllt in den Urlaub mit.

Einige Krankenkassen erstatten alle 2 Jahre eine **sportmedizinisch-leistungsdiagnostische Untersuchung** (Nachfrage in der Sportmedizin Hellersen/Mobiles Radlabor). Die Gäste erhalten eine entsprechende Bescheinigung durch die Abteilung Sportmedizin Hellersen. (Weitere Informationen auf: www.tk.de)

Preis:

Pro Person im Doppelzimmer ab 448,00 Euro in einer Bikepension.

Bei Kostenerstattung der Krankenkasse i.H.v. 120,00 Euro nur ab 328,00 Euro

Infobox – Angebotsbeispiel 2 für den an gesunder Leistungsteigerung Interessierten

Nachhaltiges Online Personal Training“ in der VitaSol Therme

Die VitaSol Therme in Bad Salzufen bietet ein innovatives Programm für vielbeschäftigte Berufstätige. Ziel ist die Steigerung bzw. Erhaltung der eigenen Leistungsfähigkeit (Selbstoptimierung). Das Angebot besteht aus einem Wochenend- und einem Nachhaltigkeitsmodul. Während des Wochenendmoduls findet ein Sport-Check-up statt und es wird das sogenannte BodyWeight Training eingeübt. Dieses Training kann nahezu überall ausgeübt werden und benötigt keine Geräte. Es ist somit besonders für diese Zielgruppe geeignet. Das Nachhaltigkeitsmodul besteht aus 2 Online-Einheiten (z. B. via Skype), bei denen eine Kontrolle der erlernten und die Vermittlung neuer Übungen stattfindet. Trainingspläne sowie gegebenenfalls Videosequenzen erhält der Gast per Mail oder Download. ([Vollständiges Angebot](#))

Auszug aus der Produktbeschreibung

Leistungen:

Freitag – Anreise

- Einchecken in Unterkunft (z. B. Best Western Hotel Bad Salzufen, ÜF)
- Besuch der VitaSol Therme (ThermenLandschaft & SaunaPark)

Samstag – Trainingstag:

- Einführung in Programm: Anamnese, Körperanalyse, Blutdruckmessung, Back-Check @, manueller Beweglichkeitstest, Cardio- und Stresstest
- 1. Trainingseinheit: Funktionelles Training (FT) mit Theraband und Matte
- Mittagessen im KochWerk
- 2. Trainingseinheit: FT (Matte, Kleinhanteln)
- Einführung in das Online Training (Online Simulation an Notebooks)
- 30 Min. Massageanwendung in der WellnessLounge
- Abschlussgespräch mit dem Personal Trainer: Wie kann das Trainingsprogramm nachhaltig in den Alltag integriert werden?



Preis:

Paketpreis pro Person: 390,00 Euro

Beinhaltet: 2 Übernachtung/Frühstück, 3 Tage Thermeneintritt, Personal Trainingsprogramm (siehe oben), Trainingspaket mit Theraband, Kleinhanteln, etc., 1x Massageanwendung, 1x Mittagessen, 2 Online-Nachbetreuungstermine im 1. Monat

Preis für Online Nachbetreuung: Monatlicher Beitrag in Höhe von 49,00 Euro

Buchbar: von Freitag bis Sonntag; Online Nachbetreuung flexibel

Infobox – Angebotsbeispiel 3 für den an gesunder Leistungsteigerung Interessierten (Teil 1)

„Fit statt fertig – Potenziale erfahren, entwickeln, erleben“

SALUTO und das **GERRY WEBER Sportpark** bieten einen umfangreichen **professionellen Check-up** mit dem Ziel, in kürzester Zeit die eigenen **Leistungsgrenzen** kennen zu lernen und durch **spezielle Analysen ein individuelles Trainingskonzept** zu erhalten. Innerhalb von zwei Tagen werden durch modernste Ausstattung und professionell ausgebildete Sportmediziner Programme für den Gesundheits- und Sportbewussten konzipiert, die an die individuellen Bedürfnisse angepasst sind. **Nachdem die individuellen Trainingskonzepte eingeübt wurden, stehen dem Gast nach seiner Heimreise innerhalb von 8 Wochen 3 weitere telefonische Beratungstermine offen.** ([Vollständiges Angebot](#))

Auszug aus der Produktbeschreibung

Leistungen:

Tag 1 – Ihre Anreise:

- Anreise und Check-in im GERRY WEBER Sportpark Hotel. Auf Ihrem Superior Zimmer ausgestattet mit rückenentlastenden TEMPUR Matratzen erwartet Sie frisches Obst, Wasser, ein kuscheliger Bademantel und Badeslipper sowie ein Willkommens-Paket so daß Sie zwei erholsame Übernachtungen genießen können.
- Anschließend findet bei SALUTO das Eingangsgespräch mit Ihrem/-r SportwissenschaftlerIn statt und Sie erhalten Ihren persönlichen Zeitplan für den Check-up am nächsten Tag.
- Lassen Sie den ersten Abend bei einem ausgewogenes 3-Gang-Menü bzw. Dinner-Bufferet im Hotel Restaurant „La Fontana!“ ausklingen



Infobox – Angebotsbeispiel 3 für den an gesunder Leistungsteigerung Interessierten (Teil 2)

Tag 2 – Check, Sport, Entspannung, Genuss:

Im „La Fontana“ starten Sie Ihren Tag bei einem ausgewogenem Vital-Frühstück. Von 09.30 – 11.00 Uhr: Der aktive Teil des Tages startet mit der Erfassung Ihres aktuellen Fitness-Status. Dabei werden folgende sechs Tests durchgeführt, die Ihnen unmittelbar interessante Erkenntnisse vermitteln:

- Blutdruckkontrolle
- Körperkompositionsanalyse (Messung des Fett-Wasser-Muskel-Anteils)
- Flexibilitätstest: Herausfinden ob durch mangelnde bzw. fehlende körperliche Beanspruchung, einseitige Belastung beim Sport oder im Alltag der Bewegungsapparat eingeschränkt ist.
- Sensomotorischer Test inkl. Dysbalancen-Check: Identifizierung von Muskelverkürzungen, die im Alltag Bewegungshemmnisse hervorrufen.
- Krafttest mit Statikausgleich
- Ausdauerstest auf dem Laufband mit Laktatkontrolle

Während der Auswertung Ihrer Testergebnisse entspannen Sie bei einer 30-minütigen Sportmassage und einem frisch gepressten Orangensaft. Gerne können Sie danach ein genussvolles Mittagessen im Restaurant „La Fontana“ zu sich nehmen. Nun erfolgt die Besprechung Ihrer Testergebnisse und Ihres individuellen Trainingsplans. In Begleitung eines Personal Trainers findet Ihre praktische Einheit mit einem computergestützten Kraftraining statt. Hierbei werden Ihnen weitere hilfreiche Tipps und Informationen vermittelt.

Übrigens: SALUTO steht innerhalb der nächsten 8 Wochen nach Ihrer Anreise für drei telefonische Beratungen mit jeweils 15 Minuten zur Verfügung, um Sie in der weiteren Umsetzung im Alltag zu unterstützen. Lassen Sie Ihren letzten Abend bei einem köstlichen 3-Gang-Menü bzw. Dinner Buffet im Restaurant „La Fontana“ ausklingen.

Tag 3 – Ihre Rückreise:

Nach einem reichhaltigen Frühstücks-Buffet im „La Fontana“ treten Sie Ihre Heimreise an. Möchten Sie den Tag in Ruhe angehen, nutzen einen Late-Check-Out, und nutzen die Zeit in der großen Pool- & Saunalandschaft.

Preis: Komplettpaket "Fit statt fertig – Potenziale erfahren, entwickeln, erleben. Sich fühlen wir ein Profi"

Jubiläumspreis: ab 499,00 Euro pro Person im Einzel- oder Doppelzimmer



SPEZIELLE HINWEISE „WIEDEREINSTIEG IN DEN SPORT NACH ERKRANKUNG“, „HOCHBETAGTE“, OSTEOPOROSE UND LEICHTE RÜCKENSYMPTOMATIK“

Die **drei Zielgruppen** sind zwar von der Ausgangssituation und den Kommunikationskanälen unterschiedlich, benötigen jedoch **grundsätzlich ein sehr ähnliches Angebot** – daher werden sie in diesem Abschnitt auch gemeinsam behandelt.

Bei allen bestehen neben dem **Willen, wieder Sport zu treiben**, meist mehrere **körperliche Einschränkungen**. Diese Einschränkungen erfordern hohes Maß an Kompetenz sowohl im Rahmen der auch hier immer erforderlichen einführenden Check-ups und der nachfolgenden Bewegungsprogramme.

Ziel ist es zunächst, das **optimale Training mit dem optimalen Belastungsgrad** zu verbinden. Im nächsten Schritt ist die Sicherstellung der Nachhaltigkeit entscheidend: Die Gäste sollten im Training so sicher sein, dass sie es selbstständig weiterführen können. Dafür sind in der Regel zahlreiche Wiederholungen erforderlich. Diese Programme sollten somit grundsätzlich nicht nur auf ein Wochenende ausgelegt werden.

Infobox – Übersicht Angebotsgestaltung für Wiedereinstieg in den Sport nach Erkrankung“, „Hochbetagte“, Osteoporose und leichte Rückensymptomatik“.

„Wiedereinstieg,
Hochbetagt“

„Osteoporose“

„Leichte
Rückensymptomatik“

Ziele des Gastes

Diese Gäste möchten vor allem durch den Sport beschwerdefreier werden.

Angebotskern

Im Fokus steht die Kombination aus einem Check-ups unter erkrankungsspezifischer Berücksichtigung der sportmotorischen Fähigkeiten. Das daraus abgeleitete individualisierte Training sollte auf den Ergebnissen des Check-ups aufbauen.

Erforderliche Kompetenzen

Fachkräfte, die aufgrund ihrer formalen und faktischen Kompetenz für Programme mit Gästen, die unter leichten Schmerzen des Bewegungsapparates leiden, geeignet sind. Eine Zusammenarbeit mit Orthopäden und ggf. Sportmedizinern wird empfohlen.

Beispiele für Dienstleistungen

- **Check-up** z. B. mit Fokus Beweglichkeit, ggf. unter Hinzuziehung eines Orthopäden oder Sportmediziners
- Ableitung des geeigneten **Trainingsprogrammes** mit Kombination aus Bewegungstraining, aktiver (z. B. autogenes Training) und passiver Entspannung (z. B. Massage, Bäder)
- Sportart- und erkrankungsspezifische **Ernährungsberatung**



Infobox – Angebotsbeispiel für „Leichte Rückensymptomatik“ (Teil 1)

„Bleib schmerzfrei durch Bewegung“

In **Bad Wünnenberg** wird ein 5-Tagesprogramm mit spezifischem Training zur **Vermeidung von Rücken- und Gelenkproblemen und Nackenverspannungen** angeboten. Es zielt auf Gäste, die schon Schmerzen in diesen Bereichen erfahren haben und Wege suchen, diese zu mindern bzw. zu vermeiden. Bereits bei Anmeldung wird ein Fragebogen versendet. Das Programm vor Ort enthält u. a. Vorträge zum Thema Bewegung/Schmerz und Faszientraining, einen Beweglichkeitscheck und mehrfache Trainingsmodule. Am Ende des Programmes findet ein Abschlussgespräch mit Beweglichkeitsrecheck statt, es wird ein persönlicher Trainingsplan erstellt und es werden Trainingsgeräte mitgegeben.

[\(Vollständiges Angebot\)](#)

Auszug aus der Produktbeschreibung

Leistungen:

Tag 1:

- Begrüßung mit einem gesunden Begrüßungsgetränk – Einführung in die Schmerzfriewoche (Bad Wünnenberg Touristik GmbH)
- 1x Theorievortrag zum Thema „Faszien – Warum und wie ist eine effektive Schmerzbekämpfung durch gezieltes Faszientraining möglich?“ 60 Minuten (Sportwissenschaftlerin und Faszien-Fitness-Trainerin Sandra Kottkamp)

Tag 2:

- 1x Personaltraining zur Erstellung eines individuellen Trainingsplans, auf Grundlage einer zuvor erstellten Anamnese (Bogen wird dem Teilnehmer bei der Buchung zugesandt), inkl. Beweglichkeitscheck, dabei wird die Beweglichkeit Ihrer Gelenke durch die Methode der sogenannten Winkelmessung ermittelt (Sportwissenschaftlerin und Faszien-Fitness-Trainerin Sandra Kottkamp)
- Ortsrundgang in Bad Wünnenberg mit Besichtigung der Destille im historischen Speichergebäude (Bad Wünnenberg Touristik GmbH)

Tag 3:

- 1x Muskel-Faszien-Intensivtraining 90 Minuten (Sportwissenschaftlerin und Faszien-Fitness-Trainerin Sandra Kottkamp)
- 1x Myofasziale Aktivierung 50 Minuten (Physiotherapeutin und Therapeutin für Myofasziale Aktivierung Judith Zeisberg)
- 1x Ernährungsvortrag „Der Einfluss basischer Ernährung auf die Muskulatur“ 60 Minuten (Physiotherapeutin und Ernährungsberaterin Alexa Schulte)



Infobox – Angebotsbeispiel für „Leichte Rückensymptomatik“ (Teil 2)

Tag 4:

- 1x Muskel-Faszien-Intensivtraining 90 Minuten (Sportwissenschaftlerin und Faszien- Fitness-Trainerin Sandra Kottkamp)
- 1x Myofasziale Aktivierung 50 Minuten (Physiotherapeutin und Therapeutin für Myofasziale Aktivierung Judith Zeisberg)
- Geführte Kneippwanderung in Bad Wünnenberg (Bad Wünnenberg Touristik GmbH)

Tag 5:

- Abschlussgespräch mit Beweglichkeitsrecheck, mit der Methode der Winkelmessung wird erneut die Beweglichkeit Ihrer Gelenke ermittelt um ggf. erste Trainingserfolge zu verzeichnen (Sportwissenschaftlerin und Faszien-Fitness-Trainerin Sandra Kottkamp)
- Individuelle Trainingsanleitung, dazu erhalten Sie exklusiv ein Trainingsgerät (Black Roll)für die Übungen zu Hause (Sportwissenschaftlerin und Faszien- Fitness-Trainerin Sandra Kottkamp)
- 1x Entspannungsmassage 20 Minuten (Physiotherapeutin und Therapeutin für Myofasziale Aktivierung Judith Zeisberg)

Preis:

Im Angebot enthalten sind 4 Übernachtungen im Hotel bzw. Gasthof (inkl. Frühstück), ein Trainingsgerät (exklusiv für Sie die Black Roll ®) und die Nutzung unseres aktuellen Kurkartenangebots.

Ab 488,00 Euro im *** Hotel bzw. ab 452,00 Euro im Gasthof.



2.2 QUALITÄTSSTANDARDS

EINFÜHRUNG

Grundsätzlich sollte das Angebot im Detail schriftlich in den Dimensionen **Prozessqualität** (Anforderungen u. a. an den Angebotsablauf), **Strukturqualität** (Anforderungen u. a. an Kompetenzen, Ausstattung und Räumlichkeiten) und **Ergebnisqualität** (Anforderungen an die Zielerreichung) dokumentiert werden. Als Anleitung dient auch der übergreifende [Praxisleitfaden zur Präventionswerkstatt NRW](#).

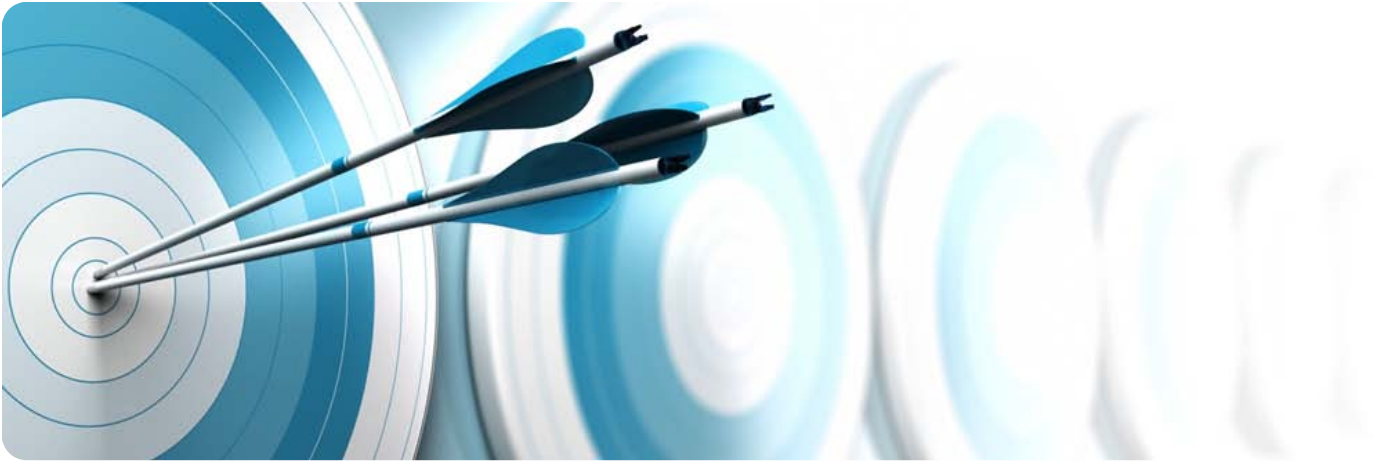
Empfehlenswert ist u. a. die Kontaktaufnahme vor Beginn eines Programmes (z. B. im Rahmen eines Fragebogens) und das Angebot einer Nachbetreuung (online oder telefonisch) zur Festigung des Gelernten.

Der [Leitfaden Prävention des GKV-Spitzenverbandes](#) kann ebenfalls, auch wenn er die Primärprävention fokussiert, als beispielgebend für die Strukturierung von gesundheitsorientierten Angeboten genutzt werden. Falls Gesundheitsrisiken, z. B. bei Gelenkschäden, bestehen, können weitergehende Qualifikationen erforderlich sein.

Selbstverständlich sind die für die Bereiche **Bewegung/Sportmedizin und Orthopädie** bestehenden **Leitlinien und Fachstandards** aus dem medizinisch-therapeutischen Bereich zu beachten. Im Rahmen der Leistungsdiagnostik kann z. B. auf den Standard der [Deutschen Gesellschaft für Sportmedizin und Prävention](#) hingewiesen werden

Darüber hinaus zählen die Kriterien zur Teilnahme am gesundheitstouristischen [Landesmarketing von Nordrhein-Westfalen](#). Diese orientieren sich an gängigen Marktstandards im Gesundheitstourismus und umschreiben die Voraussetzungen zur Teilnahme an der Produktmarke „DEIN NRW GESUND“ (siehe übergreifender Praxisleitfaden) jeweils für die Bereiche Beherbergung, gastronomisches Angebot sowie medizinisch-therapeutische Grundstandards





2.3 VERMARKTUNG UND VERTRIEB

Vermarktung und Vertrieb bei Gesundheitsreisen gestaltet sich anders als die herkömmlichen Wege und Distributionskanäle im Tourismus. Da sehr spezielle Zielgruppen mit individuellen Bedürfnissen angesprochen werden, müssen auch spezifische Kanäle genutzt werden. Darüber hinaus sind vor allem die gesundheitlichen Dienstleistungen stark erklärungsbedürftig. Die Mehrwerte des gesunden Urlaubsangebots gegenüber Angeboten im Wohnumfeld sollten klar erkennbar und das Vertrauen in fachliches Know-how geweckt werden.

KUNDENANSPRACHE ENTSPRECHEND DER GÄSTEMOTIVATION

Wie können die beschriebenen Zielgruppen am besten erreicht werden? In der **Kommunikation** ist die jeweilige Motivation der einzelnen Teilzielgruppen im breiten Segment von Urlaubsangeboten zum Thema Bewegung/Bewegungsapparat entscheidend. Sie gibt die Kundenansprache und auch relevante Marketing- und Vertriebskanäle vor.

Dadurch kann man vorhandene Kommunikationswege mit geringem Streuverlust zielgenau für die verschiedenen Angebotsbereiche nutzen – „Special Interest“-Medien und -Kanäle sind hier die erste Wahl! (siehe Infoox, S. 19)

MEHRWERTE UND KOMPETENZEN VERMITTELN

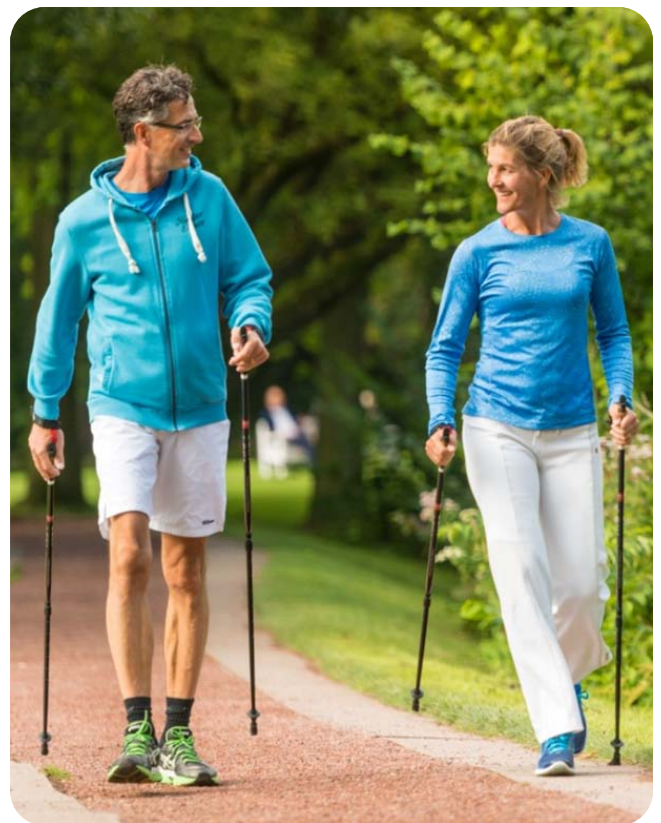
In der Kommunikation der Angebote steht der gesundheitliche Mehrwert im Vordergrund, der sich zum einen in einem für Bewegung und sportliche Aktivitäten geeigneten Umfeld sowie professioneller Betreuung durch Therapeuten, Sportwissenschaftler und Sportmediziner sowie einer hohen medizinisch-therapeutischen Kompetenz im Bereich der Orthopädie definieren sollte.

- In erster Linie müssen die *fachlichen Kompetenzen* bezüglich der Themen Bewegung/ Bewegungsapparat dargestellt werden. Auch eine besondere Einrichtung/Ausstattung oder Apparate wie z. B. zur Leistungsdiagnostik sowie der Nutzen von einzelnen Trainings-Einheiten sind hervorzuheben. Liegen wissenschaftliche Studien vor, die sich auf Teile des Angebots und dessen Nutzen beziehen, kann auf diese prominent hingewiesen werden.
Beispiel Klinikanbieter: Abteilung für Sportmedizin
- *Abläufe des Programms* sind nachvollziehbar und laienverständlich darzustellen: den Gast bei Programmen eine sinnvolle Dramaturgie erkennen lassen und den Ablauf des Aufenthaltes beschreiben – was kann er erwarten? Helfen können dabei kurze Webvideos, die die Kompetenzen, Vorteile, komplexen Themen und ggf. komplizierten Abläufe einfach vermitteln können.

Infobox – Kundenansprache Zielgruppe „Bewegung/Bewegungsapparat“

Beispiele für zentrale Angebotsbereiche und Ansprachemechanismen:

- ☑ **Gesunde Sportler:** eigene Leistungsfähigkeit kennen lernen und verbessern, Tipps von Profis, eigene Rekorde brechen, eigene Grenzen überwinden, eigenes Level und Verbesserungen messen, Leistung mit anderen messen, Vorbereitung auf einen Wettkampf etc.
- ☑ **Sportinteressierte, die wieder in den Sport einsteigen möchten und Hochbetragte:** leichtes Training auf niedrigem Niveau, an eigenen Rhythmus angepasst, einfühlsame Betreuung, Ängste und Hürden überwinden, Vitalität und Gesundheit verbessern und erhalten, Sicherheit durch professionelle Anleitung und medizinisches Back up etc.
- ☑ **Betroffene mit Osteoporose / leichter Rückensymptomatik:** ärztliches oder therapeutisches Check up, ärztliche/therapeutische Begleitung (Back up), Verlauf der Krankheit aufhalten bzw. Verschlimmerungen vorbeugen, individuell an die eigenen Bedürfnisse angepasste Programme, gesundheitsfördernde Verhaltensweisen erlernen, Tipps für und Umsetzung des Gelernten im Alltag, gezielte Hilfe



PLATTFORMEN UND KOOPERATIONEN IMMER WICHTIGER

Für den Vertrieb präventionsorientierte Gesundheitsangebote im Bereich Bewegung/Bewegungsapparat spielen zielgruppenspezifische Portale sowie Kooperationen eine große Rolle. Bei der Auswahl sollte zwischen geeigneten Portalen und Partnern aus dem Lifestylebereich für die Zielgruppe „Gesunde Sportler“ sowie dem Indikationsbereich für die „Betroffenen mit Osteoporose oder leichten Rückenschmerzen“ und der „Wiedereinsteiger“. Auch Portale für Selbsthilfegruppen können geeignet sein.



Infobox – Beispiele für Vertriebskanäle und Kooperationen im Bereich Bewegungsapparat

Reiseveranstalter
und -mittler

- ☑ Plattformen der Projektpartner der Präventionswerkstatt: [DEIN NRW](#), [GESUND](#), [Teutoburger Wald Tourismus](#) und [Sauerland Tourismus](#)
- ☑ **Gesunde Sportler:** Reiseportale für Spot- und Aktivreisen, z. B. [www.frosch-sportreisen.de](#), [www.fitreisen.de](#)
- ☑ **Wiedereinsteiger, Betroffene mit Rückenschmerzen/Osteoporose:** Reiseportale zu Gesundheitsreisen z. B.: [Gesundheitsreise.de](#) (z. B. „[Gesunder Rücken](#)“, „[Rücken Gelenke Fit intensiv](#)“); [www.fitreisen.de](#) (z. B. „[Bewegungsapparat classic](#)“)

Zu beachten sind möglich Provisionen bei Veranstaltern (ca.10-25%).

Online-Portale,
Plattformen und
Foren

Spezielle Websites fokussieren die jeweiligen Themen und können ggf. als Partner gewonnen werden. Sie können auch Platz für zielgerichtete Werbung bieten. Beispielhafte Informations-Portale für die Zielgruppen- bzw. Themenbereiche:

- ☑ **Gesunde Sportler:** Lifestylemagazine, Wellness- und Gesundheits-Journale, z. B. [Fitforfun](#), [meine Vitalität](#)
- ☑ **Wiedereinsteiger, Betroffene mit Osteoporose/leichte Rückenschmerzen:** Apotheken Umschau, [www.osteoporose.de](#) etc.

Zielgruppe Unternehmen: spezielle Kommunikationskonzepte für Betriebliches Gesundheitsmanagement und Firmenprogramme, ggf. auch als Incentives

Weitere Kooperati-
onspartner und Mul-
tiplikatoren

Empfehlungen von Physiotherapeuten, Rehakliniken, Ärzten, Krankenhäusern, Versicherungen, Fachverbänden und Selbsthilfegruppen

Kontaktpunkte mit der Zielgruppe über branchenübergreifende Kooperationen:

- ☑ **Gesunde Sportler:** z. B. Sportvereine, Fitnessstudios, Sportgeschäfte
- ☑ **Wiedereinsteiger:** Sportvereine, Reha-Vereine, Rehakliniken
- ☑ **Betroffene mit Osteoporose/leichten Rückenschmerzen:** Physiotherapeuten, Rehakliniken, Ärzte, [Bundesselbsthilfeverband für Osteoporose e. V.](#)

ZIELFÜHRENDE MASSNAHMEN BEIM ONLINE-MARKETING

Die Herausforderung für Anbieter ist es, an den Stellen präsent zu sein, wo sich die Zielgruppen aufhalten. Gerade im Online-Marketing ergeben sich dazu vielfältige Möglichkeiten. Für alle Maßnahmen gilt es genau abzuwägen, welche zielführend sind, und vor allem welche Ressourcen zur Verfügung stehen.

ERFOLGSFAKTOR: GESCHLOSSENE INFORMATIONSS- U. BUCHUNGSKETTEN

Grundsätzlich sichergestellt werden sollte die **Verknüpfung** der neuen Angebote auf der Betriebsebene **mit möglichst allen Leistungs- und vielfältigen Vermarktungspartnern**. Ziel muss die Schaffung einer weiträumigen Informations- und Buchungsumgebung sein, die weit über die eigene Website und Präsenz hinausgeht:

- Örtliche Tourist-Information/Kurverwaltung (sofern gesundheitstouristisch aktiv)
- Regionale Tourismusorganisationen (z. B. Teutoburger Wald, Sauerland etc.)
- Einbettung in das Landesmarketing im Rahmen des landesweiten Auftritts „DEIN NRW GESUND“
- Darstellung bzw. Verlinkung bei den jeweils am Programm beteiligten Leistungspartnern aus Beherbergung und Gesundheit
- Platzierung der Angebote und dazugehöriger Informationen mit individuellen Marketingmaßnahmen und weiteren Kooperationen je nach Zielstellung und Ressourcen (siehe oben)

Nur so können gemeinsam die notwendigen Reichweiten geschaffen werden. Konkrete Informationen zu den Beteiligungsmöglichkeiten zur neuen Produktmarke „DEIN NRW GESUND“ sind bei den Gesundheitsmanagern der Regionen, bei der Gesundheitsagentur NRW und bei Tourismus NRW zu erhalten (siehe S. 25).

Infobox – ausgewählte Maßnahmen zum Online-Marketing Mentale Gesundheit

- **Eigene Website** als Visitenkarte: buchbare Programme müssen leicht auffindbar sein. Ideal ist die Schaffung einer eigenen Landingpage für die Angebote zum Thema Bewegung/ Krankheiten des Bewegungsapparats, die bei Teilnahme an Kampagnen oder bei Kooperationen z. B. mit Mittlerportalen über Verlinkung angesteuert werden kann. Je nach Zielgruppen können neben Endkunden auch eigene Rubriken für Kassen, Ärzte oder andere Zuweiser Sinn ergeben.
- **Suchmaschinenmarketing:** Relevante Keywords/Schlüsselbegriffe ermitteln und im Rahmen der Suchmaschinenoptimierung verwenden (z. B. starker Rücken, Marathontraining etc.).
- **PR, Blogs und Communities:** Die Platzierung von Inhalten zum Thema Diabetes und Urlaub (Content Marketing) kann bspw. über die Zusammenarbeit mit meinungsbildenden Bloggern erreicht werden. Diese könnten z. B. im Rahmen eines Trainingsaufenthalts zur Marathonvorbereitung authentisch zu berichten.
- **Social Media:** Plattformen wie Facebook können mit einem eigenen Auftritt genutzt werden, um in erster Linie Kundenkontakte zu generieren. Bspw. lässt sich über Facebook über eine enge Zielgruppeneingrenzung gezielt Werbung schalten (im relevanten Themenumfeld)
- **m-health/Smartphone-Apps:** Fitnessapps für die Kundenbindung und Nachbeterung



CHECKLISTEN

Die Reisemotive, Reiseanforderungen und -bedürfnisse von „Gesunden Sportlern“, Wiedereinsteigern“ und „Betroffenen mit Osteoporose/leichten Rückenproblemen“ für ihren Urlaubsaufenthalt können sehr unterschiedlich sein. In den nachfolgenden Checklisten werden die im Rahmen der Präventionswerkstatt vordergründig fokussierten Gästegruppen in jeweils einem Steckbrief dargestellt.

„Der gesunde Sportler“

Ansatz: Im Urlaub soll die eigene Leistungsfähigkeit gemessen und verbessert werden. Gesucht werden individuelle Trainingsangebote, Coachings oder Programme zur Wettkampfvorbereitung (z. B. Marathon).

Mögliche Angebotsbereiche: Check-ups, Leistungsanalyse, individualisiertes Training zur Leistungssteigerung, Techniktraining etc.

Produktmerkmale für Pauschalen und Einzelangebote:

Kernelemente	Ergänzungsbausteine
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Eingangsgespräch mit Sportwissenschaftler ✓ Leistungscheck ✓ Individuelles Trainingsprogramm (auch für zu Hause) ✓ Personaltraining 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Wellness- und Entspannungsangebote ✓ Natur- und Landschaftserlebnisse ✓ Gesunde Ernährung für Sportler

Qualitätskriterien:

- ☑ **Personalqualifikation:** Sportwissenschaftler, Krankengymnasten/Physiotherapeuten, Sport- und Gymnastiklehrer, Ärzte
- ☑ **Unterkunft:** hohe Qualität in allen Bereichen, Orientierung an Landeskriterien DEIN NRW Gesund (z. B. Klassifizierung mit mindestens 3 Sternen (DEHOGA/DTV), ServiceQualität Deutschland), wünschenswert: Wellness- und Fitnessinfrastruktur inhouse/unmittelbar fußläufig erreichbar,
- ☑ **Gastronomie:** gesunde und regionale Küche in Orientierung an Landeskriterien DEIN NRW Gesund (mindestens Verwendung regionaler und saisonaler Lebensmittel), kohlehydrat- und proteinreiche Speisen, mindestens 1 Vollwert- oder vegetarisches sowie kalorienreduziertes Gericht
- ☑ **Services und Komfort:** Aufbewahrungsmöglichkeiten für die Ausrüstung, Wasch- und Trockenservice für die Sportkleidung, Tipps für z. B. Laufstrecken in der Umgebung, Handtücher und kleine Wasserflaschen für Jogger an der Rezeption etc.

„Wiedereinsteiger oder Hochbetagte“

Ansatz: Im Urlaub wird ein leichter Einstieg in den Sport unter professioneller Anleitung und mit medizinischem Back up gesucht.

Mögliche Angebotsbereiche: Check-ups, individualisiertes Training

Produktmerkmale für Pauschalen und Einzelangebote:

Kernelemente	Ergänzungsbausteine
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gesundheitsfachlich begleitete Programme ✓ Ärztlicher Check-up und ärztliche Betreuung während des Aufenthalts ✓ Individuelles Bewegungsprogramm: Kraft- und Koordinationstraining 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Wellness ✓ Natur- und Landschaftserlebnisse ✓ Gesunde Ernährung ✓ Kreativangebote

Qualitätskriterien:

- ☑ **Personalqualifikation:** Arzt (Orthopäde), Physiotherapeut, auf die jeweiligen Beschwerden geschulter Personal Trainer, Berücksichtigung der Anforderungen der Leitlinien für Bewegung des Präventionsleitfadens der Krankenkassen
- ☑ **Unterkunft:** hohe Qualität in allen Bereichen, Orientierung an Landeskriterien DEIN NRW Gesund (z. B. Klassifizierung mit mindestens 3 Sternen (DEHOGA/DTV), ServiceQualität Deutschland), wünschenswert: Wellness- und Fitnessinfrastruktur inhouse/unmittelbar fußläufig erreichbar
- ☑ **Gastronomie:** gesunde und regionale Küche in Orientierung an Landeskriterien DEIN NRW Gesund (mindestens Verwendung regionaler und saisonaler Lebensmittel)
- ☑ **Services und Komfort:** Transportstandards für Bewegungseingeschränkte (z. B. leichter Einstieg in das Transportfahrzeug, mehr Beinfreiheit), barrierearme aber dennoch moderne und komfortable Gestaltung von Hotel und Gesundheitseinrichtungen und unauffällige Services für Ältere

„Betroffene mit Osteoporose oder leichten Rückenschmerzen“

Ansatz: Im Urlaub soll der Verlauf der Krankheit verlangsamt oder einer weiteren Verschlimmerung vorgebeugt werden. Weiterhin sollen Tipps und Anregungen für den Alltag gegeben und neue gesundheitsfördernde Verhaltensweisen (z. B. regelmäßige Rückengymnastik nach dem Bürotag, Umstellung der Ernährung etc.) eingeübt werden.

Mögliche Angebotsbereiche: Check-ups, individualisiertes Training auf Grundlage einer ärztlichen Einschätzung

Produktmerkmale für Pauschalen und Einzelangebote:

Kernelemente	Ergänzungsbausteine
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gesundheitsfachlich begleitete Programme ✓ Ärztlicher Check-up und ärztliche Betreuung während des Aufenthalts ✓ Individuelles Bewegungsprogramm: Kraft- und Koordinationstraining ✓ Nachbetreuung 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Wellness- und Entspannungsangebote ✓ Natur- und Landschaftserlebnisse ✓ Gesunde Ernährung ✓ Bildung (Vorträge, Kurse etc.)

Qualitätskriterien:

- ☑ **Personalqualifikation:** Arzt (Orthopäde), Physiotherapeut, auf die jeweiligen Beschwerden geschulter Personal Trainer, Berücksichtigung der Anforderungen der Leitlinien für Bewegung des Präventionsleitfadens der Krankenkassen
- ☑ **Unterkunft:** hohe Qualität in allen Bereichen, Orientierung an Landeskriterien DEIN NRW GESUND (z. B. Klassifizierung mit mindestens 3 Sternen (DEHOGA/DTV), ServiceQualität Deutschland), wünschenswert: Wellness- und Fitnessinfrastruktur inhouse/unmittelbar fußläufig erreichbar
- ☑ **Gastronomie:** gesunde und regionale Küche in Orientierung an Landeskriterien DEIN NRW GESUND (mindestens Verwendung regionaler und saisonaler Lebensmittel), „knochenfreundliche“ Ernährung z. B. kalziumreiche Lebensmittel wie Milchprodukte, vegetarische Gerichte
- ☑ **Services und Komfort:** Transportstandards für Bewegungseingeschränkte (z. B. leichter Einstieg in das Transportfahrzeug, mehr Beinfreiheit), rückenfreundliche Matratzen und Kissen im Hotel, ergonomische Sitzgelegenheiten im Hotel etc.

IHRE ANSPRECHPARTNER/-INNEN

Sie haben allgemeine Fragen zur Präventionswerkstatt NRW oder spezielle Fragen zur Produktentwicklung im Bereich Bewegung/Bewegungsapparat? Gerne stehen Ihnen folgende Ansprechpartner/-innen der Präventionswerkstatt zur Verfügung:



Tourismus NRW e. V.

Christiane Wipperfürth
-Produktmanagerin Gesundheit-
Projektleiterin Präventionswerkstatt NRW
Völklinger Straße 4
40219 Düsseldorf

Tel. 0211.91 32 05 22

Fax 0211.91 32 05 55

wipperfuerth@nrw-tourismus.de

www.dein-nrw.de

www.touristiker-nrw.de

www.nrw-gesund.info



Gesundheitsagentur NRW GmbH

Achim Bädorf
-Geschäftsführer-
Projektleiter Präventionswerkstatt NRW
Kölnerstraße 13
53902 Bad Münstereifel

Tel. 02553.5 44 6 88

Fax 02553.5 44 6 90

info@gesundheitsagentur-nrw.de

www.gesundheitsagentur-nrw.de

www.nrw-gesund.info



Sauerland-Tourismus e. V.

Lars Morgenbrod
Projektleiter Präventionswerkstatt NRW
Johannes-Hummel-Weg 1
57392 Schmallenberg

Tel. 02974.96 98 19

Fax 02974.96 98 33

lars.morgenbrod@sauerland.com

www.sauerlandzeit.com

www.ntw-gesund.info



Teutoburger Wald Tourismus,

Fachbereich der OstWestfalenLippe GmbH
Markus Backes
Projektleiter Präventionswerkstatt NRW
Jahnplatz 5
33602 Bielefeld

Tel. 0521.9 67 33 27

Fax 0521.9 67 33 19

m.backes@teutoburgerwald.de

www.teutoburgerwald.de

www.nrw-gesund.info



IMPRESSUM

Herausgeber

Tourismus NRW e. V.
 Vertretungsb. Vorstand: Olaf Offers
 Geschäftsführung: Dr. Heike Döll-König
 Völklinger Straße 4
 40219 Düsseldorf
 Tel. 0211.9 13 20 50 0
 Fax.0211.9 13 20 55 5
 info@nrw-tourismus.de
www.dein-nrw.de

Registergericht: Amtsgericht Düsseldorf
 Vereinsregisternummer: VR 10493
 V.i.S.d.P. & Verantwortlicher gem. § 55 Abs. 2
 Rundfunkstaatsvertrag: Markus Delcuve
 Völklinger Straße 4, 40219 Düsseldorf

Mitherausgeber

Gesundheitsagentur NRW GmbH
 Kölnerstraße 13
 53902 Bad Münstereifel
 Tel. 02553.5 44 68 8
 Fax 02553.5 44 69 0
 info@gesundheitsagentur-nrw.de
www.gesundheitsagentur-nrw.de

Sauerland-Tourismus e. V.
 Johannes-Hummel-Weg 1
 57392 Schmallenberg
 Tel. 02974.9 69 81 9
 Fax 02974.9 69 83
www.sauerland.com

Teutoburger Wald Tourismus,
 Fachbereich der OstWestfalenLippe GmbH
 Jahnplatz 5
 33602 Bielefeld
 Tel. 0521.9 67 33 27
 Fax 0521.9 67 33 19
www.teutoburgerwald.de

Text und Redaktion

PROJECT M GmbH
 Christoph Creutzburg
 Maike Grieshaber
www.projectm.de

KECK Medical GmbH
 Dr. Andreas Keck
www.keck-medical.com

Projektträger

Tourismus NRW e. V.
 Völklinger Straße 4
 40219 Düsseldorf
www.dein-nrw.de

Bildnachweise

Shutterstock (S. 5,7,8,9,11,15,17), Fotolia
 (S. 5, 4, 18, 20)

Alle weiteren Bilder: Gesund in NRW –
 2013, Bildkatalog NRW 2014

Erscheinungsjahr: Februar 2015

Bei der Zusammenstellung der Texte und Abbildungen wurde mit größter Sorgfalt vorgegangen. Herausgeber und Autor können für Richtigkeit der Angaben jedoch keine Haftung übernehmen.