



## PRÄVENTIONSWERKSTATT NRW

Urlaubsangebote „Mentale Gesundheit“ (gezielte Entspannung und Regeneration, innere Mitte, gesunder Schlaf) – ein Leitfaden zur Produktentwicklung für die gesundheitstouristischen Akteure in Nordrhein-Westfalen

[WWW.NRW-GESUND.INFO](http://WWW.NRW-GESUND.INFO)

# INHALT

Einführung.....	3
Teil 1: Marktüberblick und Zielgruppen.....	4
Teil 2: Entwicklung und Vermarktung innovativer Angebote .....	10
2.1 Angebotsinhalte .....	10
2.2 Qualitätsstandards .....	17
2.3 Vermarktung und Vertrieb .....	18
Checklisten .....	21
Ihre Ansprechpartner/-innen .....	24
Impressum .....	25

# 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](http://www.nrw-gesund.info) zu finden. Weitere Urlaubsangebote mit dem Schwerpunkt Prävention kommen sukzessive dazu.

## 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 **tieferegehende Informationen** gibt es darüber hinaus fünf Themenleitfäden, die an den Praxisleitfaden anknüpfen und stärker im Detail auf die wichtigsten Angebotsbereiche nach Indikationen (Krankheitsbildern), **hier: Mentale Gesundheit**, eingehen. Sie beinhalten jeweils spezifische Hinweise zur Angebotsentwicklung.

### Leitfäden der Präventionswerkstatt

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

**Themenleitfäden** – als PDF auf Anfrage erhältlich (siehe Kontaktinfos S. 24):



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

### Aufbau des vorliegenden Leitfadens

Dieser Leitfaden gibt in zwei Teilen wichtige Tipps zur Erstellung und Vermarktung von Urlaubsangeboten im Bereich Mentale Gesundheit:

#### Teil 1 – Marktüberblick und Zielgruppen:

- Fakten zu Entspannung, Stress, Burn-out und Schlafstörungen
- 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 sehen denkbare Maßnahmen für Vermarktung und Vertrieb aus?

## TEIL 1: MARKTÜBERBLICK UND ZIELGRUPPEN

### „DAUERBRENNER“: VOLKSLEIDEN STRESS

Immer mehr Menschen sind gestresst. Stress per se ist nicht negativ. Richtig dosiert steigert er die Leistungsfähigkeit und kann geradezu beflügeln. Doch in Deutschland gibt es auch immer mehr Menschen, die sich in ihrem Leben dauerhaft an oder sogar jenseits ihrer Belastungsgrenze fühlen. **Stress bestimmt den Alltag immer stärker.** Nicht nur im Job, in vielen Lebensbereichen stehen wir unter Strom. Das bleibt nicht folgenlos. **Chronischer (nicht endender) Stress kann krank machen.** Die Weltgesundheitsorganisation sieht Stress als eines der größten Gesundheitsrisiken des 21. Jahrhunderts.

### VOR ALLEM ERWERBSTÄTIGE BETROFFEN

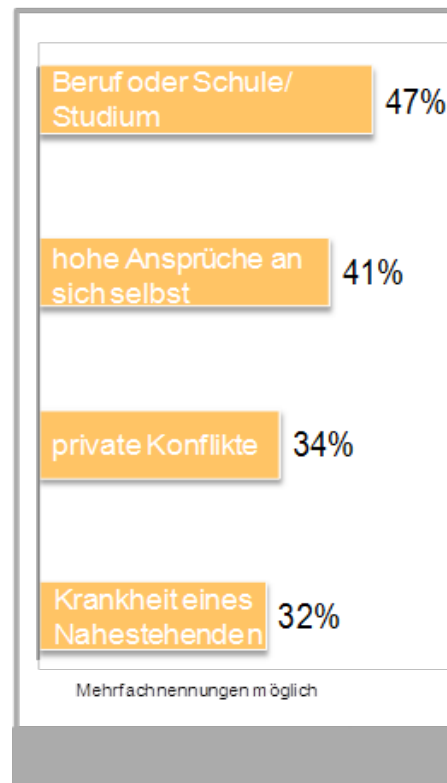
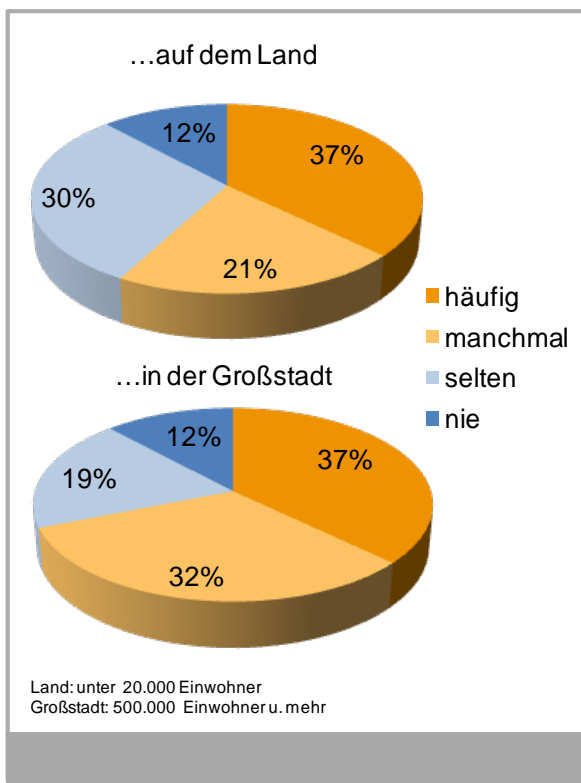
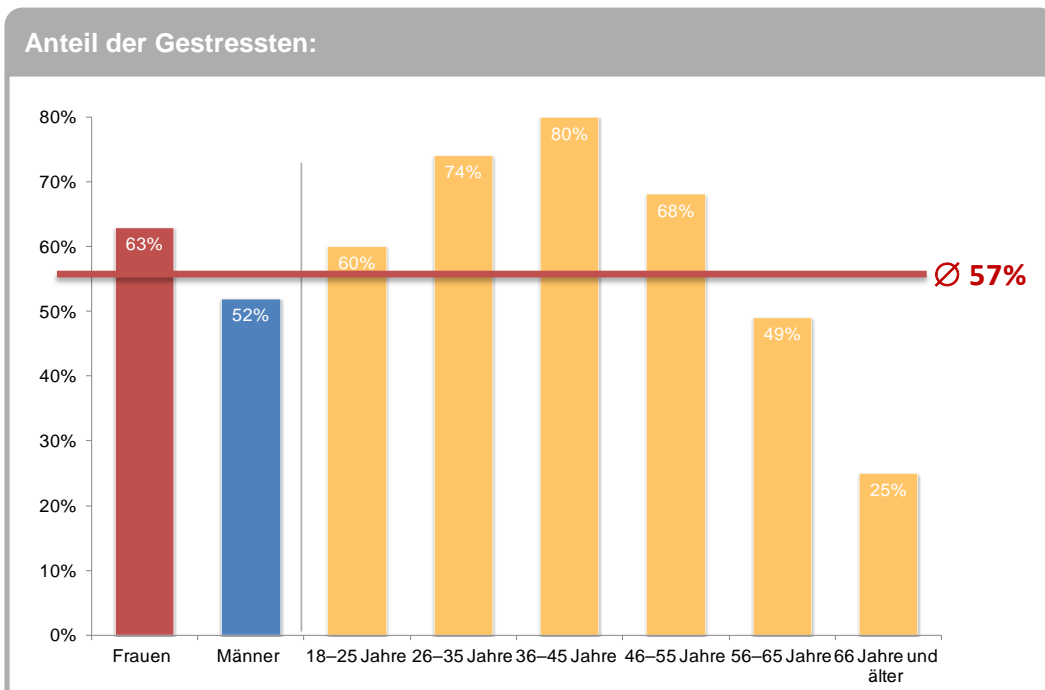
Mehr als die Hälfte der Deutschen klagen über Stress. **Frauen, die „Sandwich“-Generation zwischen 36 und 45 Jahren,** die Beruf und Familie unter einen Hut zu bekommen hat, **und Menschen in der Großstadt** fühlen sich besonders betroffen.

**Stressfaktor Nummer eins ist der Beruf** sowie die Schule oder das Studium. Auch die eigenen hohen Ansprüche an sich selbst werden als wesentlicher Stressfaktor genannt. Jeder Dritte empfindet Konflikte mit dem Partner, in der Verwandtschaft oder im Freundeskreis sowie die Krankheit von nahestehenden Personen als Belastung. Jeder zweite Deutsche hat sogar das Gefühl, dass das Leben in den vergangenen drei Jahren stressiger geworden ist. Als wesentlicher Grund wird auch hier die Stresszunahme in der Arbeit gesehen.

Ein weiterer wichtiger Punkt zum Thema Stress ist die Pflege von Angehörigen, die im Zuge des demographischen Wandels eine immer größere Rolle spielt. Immer mehr Menschen müssen ihre **Angehörige pflegen**, was v. a. für Berufstätige oft eine zusätzliche Belastung darstellt und zu körperlichen und seelischen Problemen wie Rückenschmerzen, Schlafstörungen, „Ausgebranntsein“ führen kann.



**Infobox– Schnellüberblick Mentale Gesundheit: Für mehr als die Hälfte der Deutschen ist Stress Alltag, Frauen, Sandwich-Generation und Großstädter im Fokus**



Quelle: Eigene Darstellung nach Techniker Krankenkasse, 10/2013; Bleib locker, Deutschland! – TK-Studie zur Stresslage der Nation

## ZAHL DER BURN-OUT-ERKRANKUNGEN STEIGT

Dauerhafter Stress und ständige Problemsituationen können krank machen. Oft fällt in diesem Zusammenhang der Begriff „**Burn-out**“. Das in den Medien viel diskutierte Thema des „Ausgebranntseins“ wird zunehmend zum gesundheitlichen Problem. Die DAK-Gesundheit hat die **Stressbelastung** der 25- bis 40-Jährigen anhand einer wissenschaftlich anerkannten Punkteskala erforscht. Unter den psychischen Erkrankungen haben in den vergangenen Jahren drei Diagnosen besonders stark zugenommen: Depressionen, Reaktionen auf schwere Belastungen sowie Angststörungen.

Für diese drei Diagnosen sehen Experten chronische Stressbelastung als einen wichtigen Risikofaktor an (Quelle: DAK 2014).

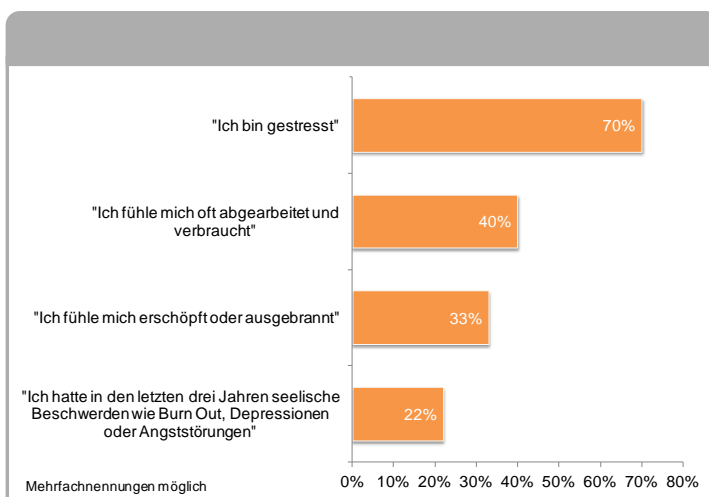
Zu beachten ist aber auch, dass u. a. durch die offenere Debatte in der Öffentlichkeit Menschen auch häufiger beim Arzt über psychische Beschwerden sprechen.

Dennoch: rund 30% der Deutschen haben das Gefühl erschöpft und ausgebrannt zu sein. Ganze 40% der Erwerbstätigen fühlen sich durch die Arbeit verbraucht und mehr als 30% ausgebrannt. Rund 20% haben bereits seelische Beschwerden bei sich festgestellt (Quelle: Techniker Krankenkasse 2013).

### Infobox–Schnellüberblick „Burn Out“

Definition	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Eine <b>allgemeingültige Definition</b> und <b>Diagnose-Kriterien</b> von Burn-out gibt es derzeit <b>nicht</b></li> <li>▪ Burn-out bezeichnet das Ende eines totalen Erschöpfungszustandes, der sowohl auf körperlicher als auch emotionaler Ebene empfunden wird</li> </ul>
Anzeichen/ Symptome	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Erschöpfung, reduziertes Engagement für die Arbeit, Depression, Aggression, Abbau der Motivation, Kreativität etc., psychosomatische Reaktionen, Verzweiflung</li> </ul>
Phasen	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Entwicklung <b>in mehreren Phasen</b>: u. a. starker Stress → chronische Müdigkeit und Orientierungslosigkeit → Verleumdung der Überarbeitung und Überlastung, Entwicklung einer zynischen Haltung nach außen → Verhaltensänderungen z. B. Abwehrhaltung gegen über Kritik → Wahrnehmungsverlust der eigenen Person und der eigenen Bedürfnisse → innere Leere, Angstgefühle oder Suchtverhalten → völlige geistige, körperliche und emotionale Erschöpfung sowie körperliche Beschwerden wie z. B. Herz-Kreislauf-Erkrankungen</li> </ul>
wesentliche Ursachen	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zusammenspiel von: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>individuellen Faktoren</b> z. B. hohe Erwartungen an sich selbst, Perfektionismus, es anderen immer recht machen wollen</li> <li>▪ <b>äußerer Überforderung</b> z. B. durch hohe Arbeitsanforderungen, Zeitdruck, große Verantwortung</li> </ul> </li> </ul>

### Jeder dritte Berufstätige fühlt sich ausgebrannt



## BEDEUTUNG VON SCHLAFSTÖRUNGEN

Nicht einschlafen können, langes Wachliegen, gar nicht schlafen, häufiges Aufwachen oder zu frühes Aufwachen am Morgen – rund ein Viertel der Deutschen klagt über **Schlafstörungen**.

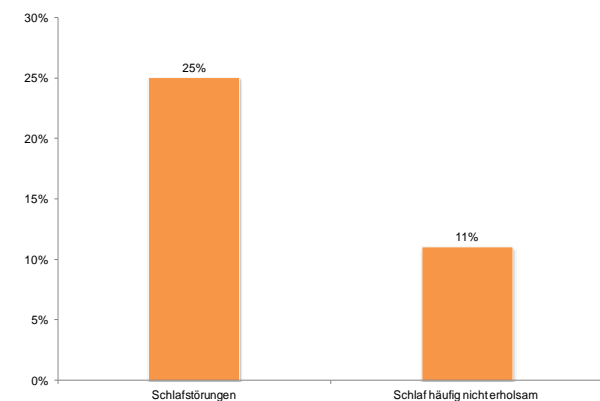
Für Schlafstörungen gibt es viele unterschiedliche Ursachen. Die meisten Betroffenen leiden an **Ein- oder Durchschlafstörungen** (Insomnie). Diese können in unterschiedlichen Schweregraden auftreten. Oftmals können Schlafstörungen körperliche und seelische Probleme hervorrufen. Menschen mit Schlafstörungen sind meist unkonzentriert, weniger leistungsfähig, erschöpft und gereizt. Aber auch psychische Probleme, Persönlichkeitsstörungen und körperliche Probleme wie Herz-Kreislauferkrankungen können die Folgen von andauerndem Schlafmangel sein.

Ursachen für Ein- oder Durchschlafstörungen können körperliche, neurologische oder psychische Ursachen sein, die ursächlich behandelt werden müssen.

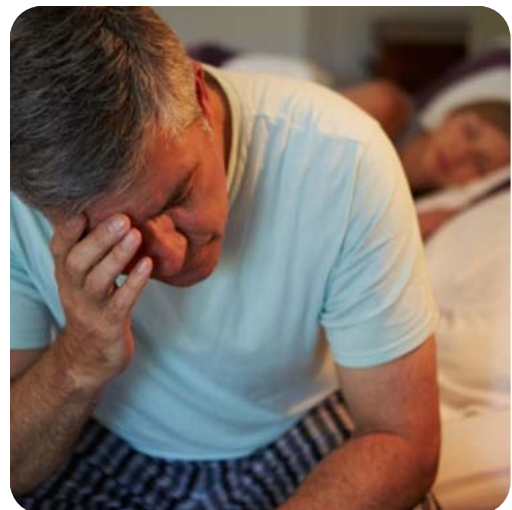
Häufig führen aber **auch falsche Schlafgewohnheiten** und äußere Störfaktoren zu Schlafstörungen. In diesem Fall wird in der Medizin von **mangelnder Schlafhygiene** gesprochen. Oftmals können Menschen, die schlecht ein- und/oder durchschlafen durch die Änderung einiger Verhaltensweisen eine Verbesserung erreichen. Diese betreffen z. B. die Gestaltung der Schlafumgebung und des Tagesablaufs oder die Berücksichtigung des natürlichen Schlaf-Wach-Rhythmus. **Für den Gesundheitstourismus sind v. a. Programme für Schlafstörungen aufgrund einer inadäquaten Schlafhygiene relevant. Organische oder andere Ursachen sollten nicht fokussiert werden.**

### Infobox–Verbreitung von Schlafstörungen

Häufigkeit von Schlafstörungen bzw. mangelnde Schlafqualität in Deutschland (Anteil der Bevölkerung)



Quelle: Eigene Darstellung nach Robert Koch-Institut



## ZIELGRUPPEN FÜR NEUE URLAUBSANGEBOTE IN NRW

Gemäß dem Bedeutungszuwachs von Stress, Burn-out und Schlafstörungen gibt es auch immer mehr Angebote zur Entspannung und zur Stressreduktion. Die Palette reicht vom Yoga-Kurs im heimischen Fitnessstudio über Meditationsübungen bis hin zum Anti-Stress-Online Coach oder der „Relax&Sleep“-App fürs Smartphone.

Aber auch im **Urlaub** lässt sich die Thematik „Entspannung und mentale Regeneration“ hervorragend aufgreifen. Auf dem gesundheitstouristischen Markt gibt es bereits viele Angebote zu diesen Themen. Oft sind es eher unspezifische Angebote „von der Stange“, die zwar allgemein der Entspannung und Erholung dienen, aber wenig auf die konkreten Bedürfnisse der Gäste nach zusätzlicher Anleitung und Coaching ausgerichtet sind.

Für den Gesundheitstourismus sind vor allem Angebote zur **Stressreduktion und Burn-out Prävention** sowie Programme, die einen **gesunden Schlaf (Schlafhygiene)** fördern interessant und bieten die größten Chancen für die Nachfrage. Hingegen ist bei schwerem Burn-out sowie Schlafstörungen, die organische oder andere Ursachen als inadäquate Schlafhygiene haben, eine gesundheitstouristische Angebotsgestaltung kritisch zu sehen. Hier sind konkrete ärztliche bzw. psychologische Behandlungen erforderlich, die den touristischen Rahmen weit überfordern würden.

Die Experten der Präventionswerkstatt NRW halten folgende **Gästegruppen für den Gesundheitstourismus in NRW** relevant.

### Infobox– Zielgruppeneinteilung „Mentale Gesundheit“



**Entspannungsinteressierte ohne Burn-out**

...möchten eine bewusste Auszeit vom stressigen Alltag erfahren. Neben Ruhe und Wohlbefinden suchen sie nachhaltige **Entspannung**, die bei einem Aufenthalt auch **mit professioneller Anleitung** vermittelt wird; z.B. zur Schaffung von Zeit- u. Kraftreserven.

z.B.: 45-jährige Krankenschwester, mit beruflich bedingten Stressreaktionen.



**„Burn-out leicht“**

...Betroffene fühlen sich ausgebrannt und möchten neue Kraft fürs Leben schöpfen. Sie suchen **gezielte Beratung**, um Stress im Alltag besser zu begegnen. Ziel ist, die Lebensgewohnheiten zu verbessern und „Burn-out“ vorzubeugen.

z. B.: 40-jähriger Familienvater mit hoher Stressbelastung und häufigem Problemdruck in Familie und Beruf, ist oft nervös, aber auch matt.



**Schlafstörung: Inadäquate Schlafhygiene**

... **Gesünder Schlafen:** Betroffene, die aufgrund mangelnder Schlafhygiene (z. B. „Grübeln im Bett“, unregelmäßige Einschlafzeiten) an Schlafstörungen leiden. Mit einem Check-up Angebot soll die Ursache geklärt und mit Beratungs- und Trainingsangeboten in Urlaubsambiente kombiniert werden.

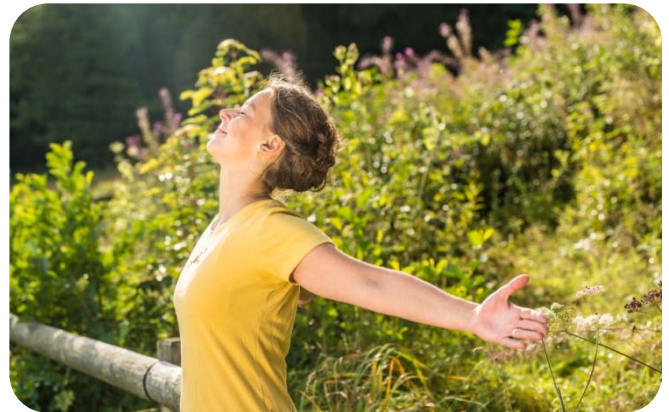
z. B.: 40-jährige Managerin, die viel auf Geschäftsreisen ist, abends im Bett nicht abschalten kann; es bestehen aber keine organischen oder sonstige Ursachen außer mangelnder Schlafhygiene.



## 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.**



### Checkliste – Welche Zielgruppe ist für mich als Anbieter relevant?

#### Touristische Anbieter:

- Für touristische Anbieter, wie z. B. **Hotels**, kommen aufgrund niedrigerer Anforderungen besonders die Zielgruppen der **Entspannungsinteressenten** in Frage. Hier können Kooperationen mit Trainern und Therapeuten eingegangen werden, die Bewegungs- und Entspannungsmodule, v. a. in attraktiver Natur, anbieten können.
- Darüber hinaus können touristische Anbieter, die mit speziellen Anbietern aus den Bereichen Medizin oder Therapie (Psychologen, Schlafmediziner, Kliniken) **kooperieren**, auch Angebote für die Zielgruppe „Burn-out leicht“ und „Schlafstörungen“ gestalten. Hier können einerseits Themen wie Beratungsbedarf bezüglich Stress, Work-Life-Balance und Lebensgewohnheiten und andererseits das Thema gesunder Schlaf aufgegriffen werden.

#### Gesundheitsdienstleister mit psychologischer und/oder schlafmedizinischer Kompetenz:

- Psychologen, Kliniken oder spezialisierte (Nischen-)Anbieter** sind aufgrund ihrer Kompetenzen als Kooperationspartner für die Angebote relevant:
  - die sich v. a. im Rahmen der „**Burn-out**“ –**Prävention** bewegen. Eine Kooperation mit der Hotellerie ist, sofern keine eigenen hotelähnlichen Ressourcen vorhanden sind, i.d.R. notwendig.
  - die sich im Rahmen der „**Schlafstörungen/Gesunder Schlaf**“ bewegen, z. B. Schlaflabore, Spezialpraxen zum Thema Schlaf etc.

## TEIL 2: ENTWICKLUNG UND VERMARKTUNG INNOVATIVER ANGEBOTE

### 2.1 ANGEBOTSIHALTE

#### ÜBERGREIFENDE ANFORDERUNGEN

**Qualifiziertes Personal:** Schritt eins der Angebotsentwicklung ist die Überprüfung der **personellen Ressourcen**.

- Geeignet als **übergeordnete Programmleitung** sind für den Bereich Entspannung, Stressmanagement und Burn-out Prävention Fachkräfte der psychosozialen Gesundheit, die, angelehnt an den [GKV-Leitfaden Prävention](#) über einen staatlich anerkannten Berufs- oder Studienabschluss in Psychologie, Pädagogik, Sozialwissenschaft, Gesundheitswissenschaft, Medizin) mit Zusatzqualifikation im Bereich Stressmanagement verfügen.
- Als **Programmleitung für den Bereich Schlaf** ist ein Schlafmediziner besonders geeignet.
- Als **Kurs- oder Einzeltrainer** bzw. -therapeut kommen zusätzlich Fachkräfte insbesondere mit Qualifikationen aus den Bereichen Sportwissenschaft, Sport- und Gymnastiklehre, Physiotherapie, Krankengymnastik, Ergotherapie, Erziehung, Gesundheitspädagogik und Heilpädagogik jeweils mit einer Zusatzqualifikation im Bereich Entspannung (bzw. zusätzlich Schlaf) in Betracht (s.a. Kapitel 2.2)

**Verfügbarkeit:** Neben der grundsätzlichen Verfügbarkeit ist es wichtig, abzustimmen, ob die Therapeuten den Gästen im Fall einer Inanspruchnahme ihrer Leistung auch **zeitnah** und auch an **Randzeiten** inklusive des Wochenendes zur Verfügung stehen können.

**Angebotskern:** Der Kern eines Angebots sollte jeweils exakt auf die jeweilige **Motivation der Zielgruppe** hin gestaltet werden, alle weiteren Services werden um diesen Kern gruppiert. Ebenso muss bei einem Programm, das sowohl zusätzliche Bewegungselemente enthält, darauf geachtet werden, dass sich akti-

ve (Bewegungs) und passive (Entspannung) Phasen abwechseln.

**Programmablauf:** Bei der Ablaufplanung sollte für den **Anreisetag** noch kein aktiver Entspannungskurs geplant werden, da die meisten Gäste nach einer Auto- oder Bahnfahrt oder einem Flug eher passive Entspannung, z. B. eine Massage, bevorzugen.

**Geeignetes Umfeld:** Bei Angeboten, die die Psyche und den Schlaf betreffen, spielt das unmittelbare Umfeld bzw. eine **Wohlfühlmosphäre** vor Ort, d. h. im Hotel, Restaurant, im Gesundheitszentrum etc. eine entscheidende Rolle. Es sind zum Beispiel **Räumlichkeiten** erforderlich, die speziell auf die jeweiligen Kurse ausgerichtet sind und bei denen **störende Effekte** auszuschließen sind. Insbesondere bei Angeboten zum Thema Schlaf ist es wichtig, dass zum Beispiel Hotelzimmer geräuscharm und abzdunkeln sind und bequeme Betten zur Verfügung stehen. Aber auch schon **kleine Serviceleistungen**, wie z. B. eine Wärmflasche auf dem Zimmer, können das Wohlbefinden der Gäste steigern.

#### Checkliste – Beispiel: *Komfortsteigernde Rahmenbedingungen für die Hotellerie*

- Entspannende Musik bei Betreten des Hotelzimmers
- Dimmbares Licht in verschiedenen Farben im Schlafzimmer
- Teekoher und Kräutertees im Zimmer
- Wärmflaschen
- Z. B. Lavendel-Duftspray für die Bettwäsche
- Yoga-Matte im Zimmer
- Zimmer abdunkelbar und geräuschgedämpft

**Nachbetreuung:** Die Integration einer Nachbetreuung in das Angebotspaket wird immer wichtiger, da dadurch die Übertragung des Gelernten in den Alltag verbessert wird und auch im Nachhinein ein **Mehrwert/Nutzen** für den Gast entsteht. Zusätzlich fördert Nachbetreuung die Kundenbindung. Die Unterstützung der Gäste zu Hause kann z. B. durch regelmäßige Telefonate aber auch unter Nutzung von internetbasierten Kommunikationswegen wie z. B. Smartphone-Apps erfolgen. Vorstellbar sind u. a. Apps mit Entspannungsübungen, die während des Aufenthaltes trainiert wurden.

## SPEZIELLE HINWEISE „ENTSPANNUNGSINTERESSIERTE“

Viele „Entspannungsinteressierte“ haben die Erfahrung gemacht, dass passive Entspannung wie langes Ruhen am Tage, sehr langes Schlafen, Massagen oder Bäder nur zum Teil geeignet sind, die Belastungen des Alltages zu kompensieren und zu einer inneren Ruhe zu führen.

Sie haben in der Regel bereits eine ungefähre Vorstellung von Entspannungsmethoden und versprechen sich davon eine **spürbare Verringerung ihrer alltäglich empfundenen Stressbelastung**. Häufig wird mit dem Erlernen von Entspannungsmethoden auch eine verbesserte mentale Widerstandsfähigkeit, oder anders ausgedrückt, eine höhere Resilienz verbunden.

Die **Programmleitung** sollte von einer im Stressmanagement qualifizierten Fachkraft mit psychosozialen Berufshintergrund durchgeführt werden, die Kurse bzw. die Einzelbetreuungen können auch durch im Bereich Entspannung qualifizierte Fachkräfte aus anderen Berufsfeldern (siehe Infobox) ausgeführt werden. Als **anerkannte Entspannungsverfahren** gelten u. a. Progressive Muskelrelaxation, Autogenes Training, Tai Chi, Hatha Yoga, Qigong.

Die Hotellerie hat die wichtige Aufgabe, in allen dem Gast zugänglichen Räumlichkeiten ein, die Entspannung stimulierendes, Ambiente zu bieten. Dies gilt insbesondere für die Ausstattung der Kursräume und der Gästezimmer.

### Infobox – Übersicht Angebotsgestaltung für den „Entspannungsinteressierten“

#### Der „Entspannungsinteressierte“



#### Ziele des Gastes

Der „Entspannungsinteressierte“ ohne Anzeichen eines Burn-Out möchte seine Fähigkeiten verbessern, trotz eines anstrengenden Alltags seine mentale Energie zu bewahren. Häufig hat er bereits von Entspannungsverfahren gehört oder sie sogar schon ausprobiert. Der Urlaub soll jetzt genutzt werden, um sich ohne Ablenkung und in angenehmer Umgebung auf das Erlernen konzentrieren zu können.

#### Angebotskern

Im Zentrum steht das Erlernen eines anerkannten Entspannungs- bzw. Stressmanagementverfahrens wie z.B. Progressive Muskelentspannung, Autogenes Trainings oder multimodale Stressbewältigung.

#### Erforderliche Kompetenzen

Leitung: Fachkräfte aus dem Bereich der psychosozialen Gesundheit, mit einem staatlich anerkannten Berufs- oder Studienabschluss und Zusatzqualifikation im Bereich Stressmanagement.

Durchführung: Fachkräfte aus Sportwissenschaft, Sport- und Gymnastiklehre, Physiotherapie, Krankengymnastik, Ergotherapie, Erziehung, Gesundheitspädagogik und Heilpädagogik jeweils mit einer Zusatzqualifikation im Bereich Entspannung.

#### Beispiele für Dienstleistungen

- Beratung zur Wahl des individuell geeigneten Verfahrens
- Aktive Entspannung (Entspannungsverfahren) in Kombination mit passiver Entspannung (z.B. Massage, Bäder) und Bewegungstraining (z.B. Nordic Walking, Joggen, Aqua-Fitness)

### Infobox – Angebotsbeispiel

#### Bad Salzufler Entspannungsreise

Die **Staatsbad Salzuflen GmbH** bietet eine Entspannungsreise mit 4 Übernachtungen: Das Angebot verbindet das Thema Atmen (Hintergrund sind die Gradierwerke Bad Salzuflens) mit einem Entspannungstraining. **Ziel ist eine kurzfristige Erholung durch das Training bewussten Atmens in Kombination mit Bewegungsangeboten.** Die An- und Abreisetage sind jeweils programmfrei, an jedem der 3 Kern-Aufenthaltstage werden zwei Programmeinheiten angeboten: Aktives Entspannungstraining mit dem Fokus auf das Atmen und jeweils eine Bewegungseinheit im Wasser bzw. ein Besuch der Salzgrotte. ([Vollständiges Angebot](#))

#### Dienstag:

- AtemErlebnis: Atem- und Entspannungstraining am ErlebnisGradierwerk mit der Atem- und Entspannungstherapeutin (ca. 30 Min.)
- Mittagspause
- AquaAktiv – Individuelles Bewegungstraining in Thermalsole mit Sportlehrerin (ca. 30 Min.)

#### Mittwoch:

- Atemgymnastik am Gradierwerk in der Gruppe mit Atemtherapeutin (ca. 45 Min.)
- Besuch der Salzgrotte – Entspannen und Durchatmen (ca. 45 Min.)

#### Donnerstag:

- AquaFitness – Bewegungstraining in Thermalsole in der Gruppe mit Sportlehrerin (ca. 30 Min.)
- Mittagspause
- Qigong – Bewegung und bewusstes Atmen mit der Atemtherapeutin und Qigong – Lehrerin (ca. 30 Min.)



## SPEZIELLE HINWEISE „BURN-OUT PRÄVENTION“

Bei Angeboten zur Burn-out Prävention ist damit zu rechnen, dass die Gäste nicht nur an Entspannung interessiert sind, sondern ihre **Stressbelastung dringlich verringern** wollen, da sie darunter leiden und eine Gesundheitsgefährdung befürchten.

Daher ist eine **Programmleitung** durch einen in diesem Bereich erfahrenen **ärztlichen oder psychologischen Psychotherapeuten** erforderlich. Diese kann für eine fachgerechte **Vordiagnostik und individuelle Programmzusammenstellung** sorgen sowie für die psychotherapeutisch fundierte Begleitung verantwortlich sein. Weitere Elemente des Programmes sind Entspannungsverfahren und Bewegungsmodule. Die Hotellerie hat auch hier die Aufgabe, in allen dem Gast zugänglichen Räumlichkeiten eine entspannungsfördernde Wohlfühlatmosphäre zu schaffen.



### Infobox – Übersicht Angebotsgestaltung für „Burn-out Prävention“

#### „Burn-Out-Prävention“



#### Ziele des Gastes

Menschen, die selbst den Eindruck haben, Burn-Out gefährdet zu sein, wünschen sich eine professionelle individuelle Betreuung, die ihnen zu einer nachhaltigen Besserung verhilft. Sie haben häufig die Befürchtung, dass sie ohne eine Verringerung der Stressbelastung nicht mehr lange durchhalten und haben einen dauerhaften Leidensdruck. Unabhängig von den Zielen des Gastes ist eine psychologische Vordiagnostik erforderlich, um festzustellen, ob das Programm für den Gast wirklich geeignet ist.

#### Angebotskern

Im Zentrum steht die Kombination aus der kompetenten Betreuung durch Psychotherapeuten und dem Erlernen anerkannter Entspannungs- bzw. Stressmanagementverfahren wie z.B. Progressive Muskelentspannung, Autogenes Trainings oder multimodale Stressbewältigung.

#### Erforderliche Kompetenzen

Leitung: Ärztlicher oder psychologischer Psychotherapeut.

Durchführung: Fachkräfte aus Sportwissenschaft, Sport- und Gymnastiklehre, Physiotherapie, Krankengymnastik, Ergotherapie, Erziehung, Gesundheitspädagogik und Heilpädagogik jeweils mit einer Zusatzqualifikation im Bereich Entspannung.

#### Beispiele für Dienstleistungen

- Psychologische Eingangsdagnostik mit individueller Zusammenstellung der folgenden Module
- Psychotherapeutische Gespräche, aktive Entspannung (Entspannungsverfahren) in Kombination mit passiver Entspannung (z.B. Massage, Bäder) und Bewegungstraining (z.B. Nordic Walking, Joggen, Aqua-Fitness)

### Infobox – Angebotsbeispiel für „Burn-out Prävention“

#### Energie atmen – Stärke gewinnen durch Atemtraining und Coaching

Die **Staatsbad Salzuflen GmbH** bietet ein intensives Programm zum Erlernen des Umganges mit Stress im Rahmen von 7 Übernachtungen. **Ziel ist es, persönliche Bedürfnisse zu erkennen, Prioritäten zu setzen und in ein nachhaltiges Selbstmanagement einzusteigen.** Durch die erarbeiteten Selbstmanagement-Strategien sollen sich die Herausforderungen des Alltags besser bewältigen und die selbst gesetzten Ziele leichter erreichen lassen. Das Programm besteht aus 3 Gruppen- und 9 Einzeleinheiten, die psychologisches Coaching, Entspannungskurse und Bewegungseinheiten umfassen. Am Ende des Programmes wird den Teilnehmern ein individuell erarbeitetes Coachingkonzept als Umsetzungshilfe mitgegeben. ([Vollständiges Angebot](#))

#### Montag:

- Begrüßung durch die Diplom-Psychologin und Einführung in das Programm (ca. 30 Min.)
- Einzelcoaching mit der Diplom-Psychologin (ca. 60 Min.)
- Mittagspause
- Atem-Erlebnis: Atem- und Entspannungstraining am Erlebnisgradierwerk mit der Atem- und Entspannungstherapeutin (ca. 30 Min.)
- AquaAktiv – Individuelles Bewegungstraining in Thermalsole mit Sportlehrerin (ca. 30 Min.)

#### Dienstag:

- Stressmanagement 1 mit der Diplom-Psychologin – Gedankenstopp, Positives Denken, Energie, Teufelskreis (ca. 60 Min.)
- Mittagspause
- Aquafloating – Tiefenentspannung in Thermalsole mit sanfter Massage und Dehnung durch Entspannungstherapeutin (ca. 45 Min.)

#### Mittwoch:

- Atemgymnastik am Gradierwerk in der Gruppe mit Atemtherapeutin (ca. 45 Min.)
- Mittagspause
- Stressmanagement 2 mit der Diplom-Psychologin – Einstellungsänderung, ABC – Modell (ca. 60 Min.)
- Aromaöl-Entspannungsmassage durch Wellnesstherapeutin (ca. 30 Min.)

#### Donnerstag:

- Stressmanagement 3 mit der Diplom-Psychologin – Energiemanagement, Pareto, Eisenhower (ca. 60 Min.)
- Mittagspause
- Atemwanderung durch die VitalWanderWelt in der Gruppe mit Atemtherapeutin (ca. 90 Min.)

#### Freitag:

- AquaFitness – Bewegungstraining in Thermalsole in der Gruppe mit Sportlehrerin (ca. 30 Min.)
- Atemgymnastik am Gradierwerk in der Gruppe mit Atemtherapeutin (ca. 45 Min.)
- Mittagspause
- Abschluss- und Reflexionsgespräch mit der Diplom-Psychologin (ca. 15 Min.)

## SPEZIELLE HINWEISE „SCHLAFSTÖRUNGEN / GESUNDER SCHLAF“

Diese Zielgruppe umfasst alle Menschen, deren **Schlafstörungen nicht krankheitsbedingt** sind, sondern aufgrund des **Lebensstils** entstanden sind und die von einer besseren **Schlafhygiene** profitieren.

„**Schlafhygiene**“ bezeichnet **Verhaltensweisen, die einen erholsamen Schlaf fördern**. Ein Training zum Thema Schlafhygiene betrifft u. a. die Gestaltung der Schlafumgebung und des Tagesablaufs, den natürlichen Schlaf-Wach-Rhythmus und Verhaltensempfehlungen für die Nacht. Die Regeln der Schlafhygiene gelten prinzipiell für jedermann und dienen v. a. der Prävention von Schlafstörungen.

Als Programmleitung ist ein **Schlafmediziner** erforderlich. Dieser kann, falls noch nicht geschehen, zunächst im Rahmen einer Vordiagnostik (z. B. durch den Einsatz eines mobilen Schlaflabors – also einer Untersuchung des Schlafes mittels eines kleinen tragbaren Gerätes) das Vorliegen einer krankhaft bedingten Schlafstörung ausschließen.



Die Durchführung des Kurses „Schlafhygiene“, der Schlafschule sozusagen, kann dann zu einem großen Teil auch von für das Thema Schlaf qualifizierten **Entspannungstherapeuten** übernommen werden

In der Hotellerie kann beispielsweise durch die Verfügbarkeit von Tageslichtweckern im Gästezimmer (diese Wecker simulieren den Sonnenaufgang durch langsam heller werdendes Licht am Morgen und verringern so die Müdigkeit beim Aufwachen) mit einfachen Mitteln ein **themenspezifischer Nutzen** geschaffen werden..

### Infobox – Übersicht Angebotsgestaltung für „Schlafstörungen / Gesunder Schlaf“

#### Schlafstörungen/ Gesunder Schlaf



#### Ziele des Gastes

Das Ziel des Gastes ist einfach zu beschreiben: Er möchte sich nach dem Schlafen erholt und wach fühlen. Lebensstilbedingte Schlafstörungen können zu ausgeprägter Tagesmüdigkeit mit erheblich eingeschränkter Leistungsfähigkeit und Lebensqualität führen. Der Gast möchte lernen, mit einfachen natürlichen Mitteln wieder besser schlafen zu können.

#### Angebotskern

Nach Ausschluss krankhaft bedingter Schlafstörungen steht die Wissensvermittlung über typische lebensstilbedingte „Schlafstörer“ sowie über schlafverbessernde Aktivitäten im Zentrum. Dazu gehören Informationen zur Ernährung, Entspannung, Bewegung sowie Tages- und Raumgestaltung.

#### Erforderliche Kompetenzen

Leitung: Schlafmediziner.

Durchführung: Fachkräfte aus Sportwissenschaft, Sport- und Gymnastiklehre, Physiotherapie, Krankengymnastik, Ergotherapie, Erziehung, Gesundheitspädagogik und Heilpädagogik jeweils mit einer Zusatzqualifikation im Bereich Entspannung.

#### Beispiele für Dienstleistungen

- Schlafmedizinische Eingangsdagnostik (z.B. durch ein mobiles Schlaflabor)
- Wissensvermittlung zur Schlafhygiene, aktive Entspannung (Entspannungsverfahren) in Kombination mit passiver Entspannung (z.B. Massage, Bäder) und Bewegungstraining (z.B. Nordic Walking, Joggen, Aqua-Fitness)

### Infobox - Angebotsbeispiel

#### „Schlafschule im Sybillenbad“

Das Kurmittelhaus Sybillenbad in Neualbenreuth vermarktet die „Schlafschule im Sybillenbad“. Programmleiter ist ein Schlafforscher der Universität Regensburg. **Ziel der Schlafschule ist es, den richtigen Umgang mit Schlaf wieder zu erlernen und auf Schlafstörungen zu reagieren.** Das Angebot umfasst vier Übernachtungen in speziellen Unterkunftsbetrieben ("Schlummergastgeber"): ([Vollständiges Angebot](#))

- Übernachtung: Bauernhof-Betriebe gemäß den Kriterien des bayernweiten Netzwerks "einfach gesund – auf bayerischen Höfen" ([www.gesunder-hofurlaub.de](http://www.gesunder-hofurlaub.de))
- Vorträge (u. a. „Rund um den Schlaf“, „Schlafstörungen und ihre Behandlung“, „Wie finde ich erholsamen Schlaf?“) und Einzelbetrachtung durch Experten unter Leitung von Prof. Zulley
- Ausgewogene Ernährung aus der Region, „Schlummermenüs“, orientiert an der Satzung der „Wirte für gesunde Gäste“, anregende Kräutertees tagsüber, schlaffördernde Tees abends
- Bewegung: gut ausgeschildertes Wanderwegenetz, Wanderungen der Touristinfo Neualbenreuth, geführte Nordic-Walking-Touren
- Erholung: Qualitätsanforderungen für Schlafzimmer/Bett, Besuch des Sybillenbades, Progressive Muskelrelaxation nach Jacobsen, Licht-Therapie





## 2.2 QUALITÄTSSTANDARDS

Grundsätzlich sollte das Angebot schriftlich in den folgenden Dimensionen dokumentiert werden: **Prozessqualität** (Anforderungen u. a. an den Angebotsablauf), **Strukturqualität** (Anforderungen u. a. an Kompetenzen, Ausstattung und Räumlichkeiten) und **Ergebnisqualität** (Anforderungen an die Zielerreichung). Als Anleitung dient auch der übergreifende [Praxisleitfaden zur Präventionswerkstatt](#) NRW. Der [Leitfaden Prävention](#) des GKV-Spitzenverbandes kann ebenfalls, auch wenn er nur die Primärprävention fokussiert, als beispielgebend für die Strukturierung von gesundheitsorientierten Angeboten genutzt werden.

Für die Bereiche **Schlafforschung und Schlafmedizin sowie Psychosomatik** (hier geht es um Erkrankungen, die psychische Ursachen haben und die sich körperlich äußern) und Psychotherapie sind die bestehenden **Leitlinien und Fachstandards aus dem medizinisch-therapeutischen Bereich** zu beachten. Zu berücksichtigen sind u. a. die Leitlinien „Begutachtung psychischer und psychosomatischer Erkrankungen“, „Insomnie“ (Schlafstörung) sowie „Nicht erholsamer Schlaf und Schlafstörungen“.

Weitere Informationen gibt es u. a. beim [Berufsverband Deutscher Psychologinnen und Psychologen e.V. \(BDP\)](#) oder bei der [Deutschen Gesellschaft für Schlafforschung und Schlafmedizin](#).

Den Gästen sollte natürlich auch ein Urlaubserlebnis geboten werden, das intensiv erholsam wirkt. Ermöglicht wird dies am besten durch eine **Wohlfühlatmosphäre** vor Ort, d. h. im Hotel, Restaurant, im Gesundheitszentrum etc. Eine ruhige, naturnahe Lage des Aufenthaltsortes befördert das Wohlbefinden.

Darüber hinaus gelten 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 „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 gestalten 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 Urlaubsgäste mit dem gezielten Bedürfnis nach Entspannung und Stressbewältigung am besten erreicht werden? In der **Kommunikation** ist die jeweilige Motivation der einzelnen Teilzielgruppen im breiten Segment von Reisen zur mentalen Gesundheit entscheidend. Sie gibt die Kundenansprache und auch relevante Marketing- und Vertriebskanäle vor.

### MEHRWERTE UND KOMPETENZEN VERMITTELN

In der Kommunikation der Angebote steht der gesundheitliche Mehrwert im Vordergrund, der sich zum einen in einem **Entspannung fördernden Urlaubsumfeld** sowie **gezielter Beratung** zu Stressbewältigung, Vorbeugung von Burn-out sowie gesundem Schlaf definieren sollte.

- In erster Linie müssen die **fachlichen Kompetenzen** bezüglich der mentalen Gesundheit dargestellt werden. Auch der Nutzen von einzelnen Kernanwendungen und Trainings-Einheiten sind hervorzuheben. Liegen wissenschaftliche Studien vor, die sich auf Teile des Angebots und dessen Nutzen beziehen, kann auf diese prominent hingewiesen werden.

Als Beispiel für die Betonung der Themenkompetenzen bei der Vermarktung der Angebote zu Burn-out Prävention, können die Schön Kliniken genannt werden ([www.schoen-kliniken.de](http://www.schoen-kliniken.de)).

- **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 Zielgruppen „Mentale Gesundheit

##### Beispiele für zentrale Angebotsbereiche und Ansprachemechanismen

- ☑ **Entspannung:** Entschleunigen, Regenerieren und zur Ruhe kommen, Auszeit aus der täglichen Betriebsamkeit, Stressabbau und Besinnung auf sich selbst, Entspannung richtig lernen, fit für den Alltag werden, Nähe zur Natur etc.
- ☑ **Gezielte Beratung zur Burn-out Prävention,** Work Life-Balance, Tipps für und Umsetzung des Gelernten im Alltag
- ☑ **Gesunder Schlaf:** gezielte Hilfe zum Problem unruhiger Schlaf („Ich kann nicht richtig durchschlafen, fühle mich matt etc; Ich will der Sache auf den Grund gehen... etc.“), mein Arzt sagt mir, ich wäre gesund und sollte einen geordneten Tagesablauf verfolgen, dann würde auch mein Schlaf erholsamer“

## PLATTFORMEN UND KOOPERATIONEN IMMER WICHTIGER

Angebote für den Bereich mentale Gesundheit können auf **themenspezifischen Plattformen** verschiedener Anbieter, wie spezialisierte Reiseveranstalter, Fachverbände etc. sowie direkt in Destinationen (z. B. Heilbäder und Kurorte) vermarktet und vertrieben werden. Darüber hinaus können Angebote auch in Foren, z. B. von Betroffenenverbänden oder bei Zuweisern und Meinungsführern wie z. B. Ärzte, Psychologen, Kliniken oder Krankenkassen platziert werden.

Da mit Angeboten zur Förderung der mentalen Gesundheit speziell auch gestresste Berufstätige im

Rahmen des **betrieblichen Gesundheitsmanagements** sowie **pflegende Angehörige** angesprochen werden können, stellen auch Unternehmen sowie z. B. Beratungsstellen für pflegende Angehörige attraktive Vertriebspartner dar.

Bei der Wahl geeigneter Plattformen und Kooperationspartner ist zwischen dem **Lifestylebereich** für Angebote für Entspannungsinteressierte und **indikationsorientierten Bereichen** wie zum Thema Schlafstörungen zu unterscheiden.

### Infobox – Beispiele für Vertriebskanäle und Kooperationen im Bereich Mentale Gesundheit

#### Reiseveranstalter und -mittler

Reiseportale zu Gesundheitsreisen z. B.:

- Gesundheitsreise.de (z. B. „[Antistress- Burnout Programm](#)“), Fitreisen (z. B. „[Burn-out Propylaxe](#)“), SKR Reisen (Angebote für Entspannung und Entschleunigung, z. B. „[Zur Ruhe finden in historischem Ambiente](#)“) etc.
- Plattformen der Projektpartner der Präventionswerkstatt: [www.gesund.nrw-tourismus.de](http://www.gesund.nrw-tourismus.de), [www.teutoburgerwald.de](http://www.teutoburgerwald.de), [www.sauerlandzeit.com](http://www.sauerlandzeit.com)

Zu beachten sind mögliche 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:

- Entspannungsinteressierte** z. B. Lifestylemagazine, Wellness- und Gesundheits-Journale, z. B. [www.meine-vitalitaet.de](http://www.meine-vitalitaet.de) und andere, LOHA – affine Magazine wie [www.vital.de](http://www.vital.de)
- „**Burn-out Prävention**“: z. B. Wirtschaftsmagazine
- Gesunder Schlaf**: z. B. schlaforientierte Plattformen wie [www.schlaf.de](http://www.schlaf.de), [www.schlafkampagne.de](http://www.schlafkampagne.de)
- Pflegende Angehörige**: [www.pflegen-und-leben.de](http://www.pflegen-und-leben.de), [www.lpfa-nrw.de](http://www.lpfa-nrw.de)

#### Weitere Kooperationspartner und Multiplikatoren

Empfehlungen von Psychologen und Psychotherapeuten, Ärzten, Krankenhäusern, Versicherungen und anderen Meinungsführern: z. B. Kliniken mit einer Spezialisierung zu Burn-out oder Schlaf (z. B. Schlaflabore)

Kontaktpunkte mit der Zielgruppe über branchenübergreifende Kooperationen:

- Burn-out Prävention**“: z. B. **Unternehmen**, spezielle Kommunikationskonzepte für Betriebliches Gesundheitsmanagement und Firmenprogramme, ggf. auch als Incentives, Berufsverbände, IHK's, [Bundesverband Betriebliches Gesundheitsmanagement](#)
- Entspannungsinteressierte**: z. B. Yoga-Studios
- Gesunder Schlaf**: Bettmatratzenhersteller
- Pflegende Angehörige**: Beratungsstellen für pflegende Angehörige, Krankenkassen (z. B. Programm [Fit und Vital der BKK](#))

## ZIELFÜHRENDE MASSMAHMEN 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 INFORMATIONS- 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 „NRW GESUND“ sind bei den Gesundheitsmanagern der Regionen, bei der Gesundheitsagentur NRW und bei Tourismus NRW zu erhalten (siehe S. 24).

### Infobox – ausgewählte Maßnahmen zum Online-Marketing für Mentale Gesundheit

- **Eigene Website** als Visitenkarte: buchbare Programme müssen leicht auffindbar sein. Ideal ist die Schaffung einer eigenen Landingpage für die Angebote zum Thema Entspannung, Burn-out Prävention oder Gesunder Schlaf, die bei Teilnahme an Kampagnen oder bei Kooperationen z. B. mit Mittlerportalen über Verlinkung angesteuert werden kann. Je nach Zielgruppe können neben Endkunden auch eigene Rubriken für Kassen, Ärzte/Psychologen oder andere Zuweiser Sinn ergeben.
- **Suchmaschinenmarketing:** Relevante Keywords/Schlüsselbegriffe ermitteln und im Rahmen der Suchmaschinenoptimierung verwenden (z. B. Anti Stress Urlaub, gesunder Schlaf etc.).
- **PR, Blogs und Communities:** Die Platzierung von Inhalten zum Thema mentale Gesundheit v. a. im Lifestyle Bereich (Angebot für Entspannungsinteressierte) kann bspw. über die Zusammenarbeit mit Meinungsbildenden Bloggern erreicht werden.
- **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 Themenfeld, z. B. von Schlafstörungen).
- **m-health/Smartphone-Apps:** Schlaf-Apps, Entspannungs Apps, Yoga-Apps (Auf des Angebot zugeschnittene Apps zur Wiederholung und Erweiterung des im Urlaub Gelernten).



## CHECKLISTEN

In den nachfolgenden Checklisten werden für die im Rahmen der Präventionswerkstatt vordergründig fokussierten Gästegruppen die wichtigsten Fakten und Anforderungen jeweils in **Steckbriefen** zusammengefasst:

### „Entspannungsinteressenten ohne Burn-out“

**Ansatz:** Bei Entspannungsinteressenten ohne Burn-out handelt es sich um Personen, die beruflich und/oder familiär stark eingespannt sind und erste Stressreaktionen zeigen. Gäste, die diese Angebote buchen, möchten gezielt im Urlaub Stress abbauen, sich auf sich selbst besinnen und Anregungen bzw. Entspannungstechniken für zu Hause mitnehmen.

**Mögliche Angebotsbereiche:** Entspannungsprogramme mit gesundheitlichem Mehrwert

#### Produktmerkmale für Pauschalen und Einzelangebote:

Kernelemente	Ergänzungsbausteine
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Angebote mit medizinisch-therapeutischer Fundierung im Bereich mentale Entspannung/ Stressabbau (Entspannungsverfahren wie Qi Gong, Tai Chi, Progressive Relaxation, Autogenes Training, Yoga etc.)</li> <li>✓ Individuelle Betreuung oder in Kursen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Wellness</li> <li>✓ Natur- und Landschaftserlebnisse</li> <li>✓ Sanfte Bewegung</li> <li>✓ Gesunde Ernährung</li> <li>✓ Kreativangebote</li> </ul>

#### Qualitätskriterien:

- ☑ **Personalqualifikation:** Anerkennung im Rahmen des [GKV-Leitfadens Prävention](#) im Bereich Entspannung
- ☑ **Unterkunft:** hohe Qualität in allen Bereichen, Orientierung an Landeskriterien NRW Gesund (z. B. Klassifizierung mit mindestens 3 Sternen (DEHOGA/DTV), ServiceQualität Deutschland), Wohlfühl- und Entspannungsumgebung und Atmosphäre, wünschenswert: Wellnessinfrastruktur inhouse/unmittelbar fußläufig erreichbar
- ☑ **Gastronomie:** gesunde und regionale Küche in Orientierung an Landeskriterien NRW Gesund (mindestens Verwendung regionaler und saisonaler Lebensmittel), ruhige und entspannte Atmosphäre, leicht verdauliche Speisen, breites Angebot an koffeinfreien Getränken, mindestens ein Vollwert- oder vegetarisches Gericht im Angebot, ernährungsrelevante Informationen zu den angebotenen Speisen sind vorhanden
- ☑ **Entspannungsrelevanter Komfort und Service:** z. B. Vermittlung einer Aura der Langsamkeit, entspannende Musik beim Betreten des Hotelzimmers, Teekoher und Kräutertees im Hotelzimmer etc.

## „Burn-out leicht“

**Ansatz:** Die Zielgruppe „Burn-out leicht“ umfasst Personen mit aus dem Lebensumfeld resultierenden Überforderungssituationen und damit im Zusammenhang stehenden Erschöpfungszuständen.

Im Urlaub sollen Überforderungssituationen abgebaut und die lebensumfeldbezogene Leistungsfähigkeit wieder hergestellt werden. Darüber hinaus sollte die Fähigkeit erlernt werden, wiederkehrende Erschöpfungszustände zu vermeiden.

**Mögliche Angebotsbereiche:** Gesundheitsfachlich begleitete Programme zur Regeneration und Steigerung der Leistungsfähigkeit, Stressabbau, Lebensstil-Beratung, Wahrung und Optimierung der Work-Life-Balance etc.

### Produktmerkmale für Pauschalen und Einzelangebote:

Kernelemente	Ergänzungsbausteine
<b>Gesundheitsfachlich begleitete Programme</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Einholen von Informationen zur Anamnese (Fragebogen)</li> <li>✓ <b>Psychologische Eingangsdiagnostik durch Arzt/Psychotherapeut</b></li> <li>✓ <b>Individuelle und Gruppengespräche</b></li> <li>✓ <b>Individuelle Stressanalysen</b></li> <li>✓ Kernelemente der Prävention (Entspannung)</li> <li>✓ individuelle <b>Betreuung</b></li> <li>✓ Lebensstilberatung</li> <li>✓ Nachbetreuung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Wellness</li> <li>✓ Natur- und Landschaftserlebnisse</li> <li>✓ Sanfte Bewegung</li> <li>✓ Gesunde Ernährung</li> <li>✓ Kreativangebote</li> </ul>

### Qualitätskriterien:

- ☑ **Personalqualifikation:** Programmleitung durch einen in diesem Bereich erfahrenen ärztlichen oder psychologischen Psychotherapeuten mit Zusatzausbildung in Stressmanagement-Methoden. Kurs- oder Einzeltrainer bzw. -therapeuten: Fachkräfte insbesondere mit Qualifikationen aus den Bereichen Sportwissenschaft, Sport- und Gymnastiklehre, Physiotherapie, Krankengymnastik, Ergotherapie, Erziehung, Gesundheitspädagogik und Heilpädagogik jeweils mit einer Zusatzqualifikation im Bereich Entspannung (siehe [GKV-Leitfaden Prävention](#)).
- ☑ **Unterkunft:** hohe Qualität in allen Bereichen, Orientierung an Landeskriterien NRW Gesund (z. B. Klassifizierung mit mindestens 3 Sternen (DEHOGA/DTV), ServiceQualität Deutschland), Wohlfühl- und Entspannungsambiente und Atmosphäre, wünschenswert: Wellnessinfrastruktur inhouse/unmittelbar fußläufig erreichbar, im Umfeld besteht die Möglichkeit für kulturelle Angebote und zur Ausübung von sanften, naturnahen Sportarten
- ☑ **Gastronomie:** gesunde und regionale Küche in Orientierung an Landeskriterien NRW Gesund (mindestens Verwendung regionaler und saisonaler Lebensmittel), ruhige und entspannte Atmosphäre, leicht verdauliche Speisen, breites Angebot an koffeinfreien Getränken, mindestens ein Vollwert- oder vegetarisches Gericht im Angebot, ernährungsrelevante Informationen zu den angebotenen Speisen sind vorhanden
- ☑ **Komfort und Service:** z. B. persönliche Begrüßung durch medizinisch-psychologische Programmleitung, räumliche Nähe zu medizinisch-therapeutischen Dienstleistern

## „Schlafstörung: Mangelnde Schlafhygiene“

**Ansatz:** Gesundheitsurlaub für Personen mit verhaltensbedingten Schlafproblemen. Außer mangelnder Schlafhygiene bestehen keine organischen oder sonstige Ursachen für die Schlaflosigkeit. Der Urlaub soll dazu genutzt werden, Schlafprobleme abzubauen und zu einem gesunden Schlaf zu verhelfen.

**Mögliche Angebotsbereiche:** Gesundheitsfachlich begleitete Entspannungsprogramme, Beratungs- und Trainingsangebote zur Behebung verhaltensbezogener Ursachen und Förderung von Verhaltensweisen, die einen erholsamen Schlaf fördern.

### Produktmerkmale für Pauschalen und Einzelangebote:

Kernelemente	Ergänzungsbausteine
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Vorab: Anamnese mittels Fragebogen</li> <li>✓ Schlafdiagnostik/Schlafüberwachung und Auswertungsgespräch</li> <li>✓ Schlaftherapeutisches Gespräche zur Ursachenforschung</li> <li>✓ Schlafberatung</li> <li>✓ Entspannungskurse (Autogenes Training, Atemtraining etc.)</li> <li>✓ Bewegungsangebote</li> <li>✓ Nachsorge</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Wellness</li> <li>✓ Natur- und Landschaftserlebnisse</li> <li>✓ Sanfte Bewegung in der frischen Luft</li> <li>✓ Gesunde Ernährung</li> </ul>

### Qualitätskriterien:

- ☑ **Personalqualifikation:** Somnologen/Schlafmediziner, Psychologen, medizinisch-psychologische Programmleitung, Berücksichtigung u. a. der Leitlinien der Deutschen Gesellschaft für Schlafforschung und Schlafmedizin (DGSM), Kurs- oder Einzeltrainer bzw. -therapeuten: Fachkräfte insbesondere mit Qualifikationen aus den Bereichen Sportwissenschaft, Sport- und Gymnastiklehre, Physiotherapie, Krankengymnastik, Ergotherapie, Erziehung, Gesundheitspädagogik und Heilpädagogik jeweils mit einer Zusatzqualifikation im Bereich Entspannung und Schlaf.
- ☑ **Unterkunft:** hohe Qualität in allen Bereichen, Orientierung an Landeskriterien NRW Gesund (z. B. Klassifizierung mit mindestens 3 Sternen (DEHOGA/DTV), ServiceQualität Deutschland), Wohlfühl- und Entspannungsambiente und Atmosphäre, wünschenswert: Wellnessinfrastruktur inhouse/unmittelbar fußläufig erreichbar, im Umfeld besteht die Möglichkeit für kulturelle Angebote und zur Ausübung von sanften, naturnahen Sportarten
- ☑ **Gastronomie:** gesunde und regionale Küche in Orientierung an Landeskriterien NRW Gesund (mindestens Verwendung regionaler und saisonaler Lebensmittel), ruhige und entspannte Atmosphäre, leicht verdauliche Speisen, breites Angebot an koffeinfreien Getränken, mindestens ein Vollwert- oder vegetarisches Gericht im Angebot, ernährungsrelevante Informationen zu den angebotenen Speisen sind vorhanden
- ☑ **Service und Komfort:** z. B. Service und Komfort: z. B. persönliche Begrüßung, geräuscharme, abzdunkelnde Zimmer, angenehmes Schlafklima (Temperatur, Luftfeuchtigkeit), bequeme Betten, hochwertige Matratzen, ergonomisch geformte Kissen, dimmbares Licht in verschiedenen Farben im Schlafzimmer, Wärmflaschen etc.

## IHRE ANSPRECHPARTNER/-INNEN

Sie haben allgemeine Fragen zur Präventionswerkstatt NRW oder spezielle Fragen zur Produktentwicklung im Bereich Diabetes? 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](http://www.dein-nrw.de)

[www.touristiker-nrw.de](http://www.touristiker-nrw.de)

[www.nrw-gesund.info](http://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](http://www.gesundheitsagentur-nrw.de)

[www.nrw-gesund.info](http://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](http://www.sauerlandzeit.com)

[www.ntw-gesund.info](http://www.ntw-gesund.info)



**Teutoburger Wald Tourismus,**  
Fachbereich der OstWestfalenLippe GmbH  
Markus Backe  
-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](http://www.teutoburgerwald.de)

[www.nrw-gesund.info](http://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**

## Projekträger

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

## Bildnachweise

Shutterstock (S. 5, 6, 7, 8, 15,16, 17, 20)  
 Alle weiteren Bilder: Gesund in NRW,  
 Dominik Ketz

**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.