



PRÄVENTIONSWERKSTATT NRW

Urlaubsangebote „Herz-Kreislauf“ – 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.....	10
2.1 Angebotsinhalte.....	10
2.2 Qualitätsstandards	15
2.3 Vermarktung und Vertrieb.....	17
Checklisten.....	20
Ihre Ansprechpartner/-innen.....	23
Impressum	24



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. 23):

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



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: Herz-Kreislauf**, eingehen. Sie beinhalten jeweils spezifische Hinweise zur Angebotsentwicklung.

Aufbau des vorliegenden Leitfadens Herz-Kreislauf

Dieser Leitfaden gibt in zwei Teilen wichtige Tipps zur Erstellung und Vermarktung von Urlaubsangeboten im Bereich der Herz-Kreislauf-Prävention:

Teil 1 – Marktüberblick und Zielgruppen:

- Fakten zu Herz/Kreislauserkrankungen
- Welche Zielgruppen sind für Urlaubsangebote relevant?

Teil 2 – Handlungsempfehlungen:

- Welche Anforderungen haben die einzelnen Zielgruppen?
- Welche Programminhalte sind sinnvoll?
- Welche Qualitätsstandards gibt es?
- Wie können Vermarktung und Vertrieb gestaltet werden?

Teil 1: Marktüberblick und Zielgruppen

HERZ-KREISLAUFERKRANKUNGEN SIND TODESURSACHE NR. 1

Herz-Kreislaufkrankungen sind die häufigste **Todesursache** in Deutschland und verursachen insgesamt etwa 40 Prozent aller Sterbefälle. Die koronare Herzkrankheit, der Herzinfarkt und der Schlaganfall sind die wichtigsten Herz-Kreislaufkrankungen. Häufig liegt hier eine Verengung oder sogar „Verstopfung“ der Gefäße vor. Herz-Kreislaufkrankungen werden durch Rauchen, Übergewicht, Bewegungsmangel sowie **Bluthochdruck** (Hypertonie), Störungen des Fettstoffwechsels und Diabetes mellitus begünstigt. Die oben genannten **Risikofaktoren** führen in der Regel nicht unmittelbar zu einem Krankheitsereignis, sondern über viele Jahre hinweg „schleichend“ zu einer Verschlechterung der „Gefäßgesundheit“. Sie zählen zu den häufigsten Diagnosen, die niedergelassene Allgemeinmediziner und Internisten feststellen. (Quelle: RKI, Kernaussagen des Gesundheitsberichts „Gesundheit in Deutschland“).

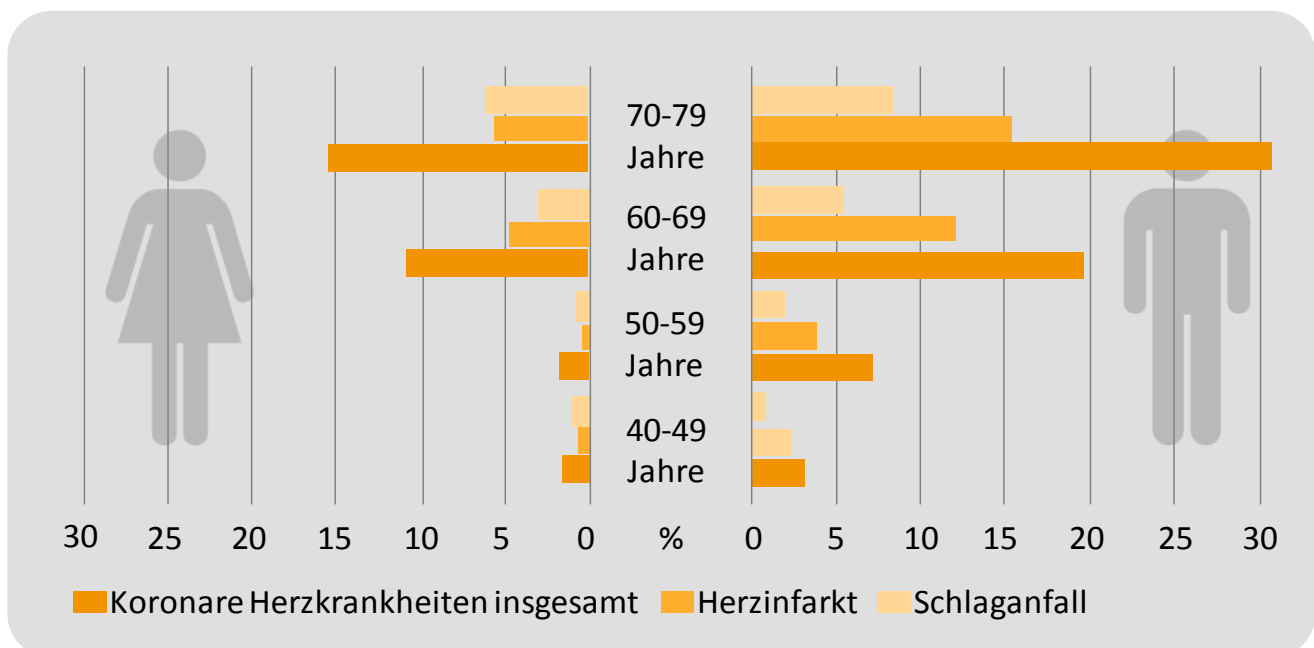
Da sie in der Regel durch eine Änderung der Lebensgewohnheiten positiv beeinflussbar sind, stehen sie auch im Fokus vieler **präventiver Maßnahmen**.

Mit gesundheitstouristischen Angeboten lassen sich aus Sicht der Experten der Präventionswerkstatt NRW **Betroffene mit den Krankheiten Bluthochdruck und Herzschwäche** (bis zu einem gewissen Schweregrad) besonders gut ansprechen.

Die nachfolgenden Ausführungen beziehen sich auf diese beiden Krankheiten und die betreffenden Zielgruppen. Weitere Formen der Herz-Kreislaufkrankungen werden nicht berücksichtigt.

Infobox – Herzkrankheiten, v. a. ältere Menschen ab 60 Jahre sind betroffen

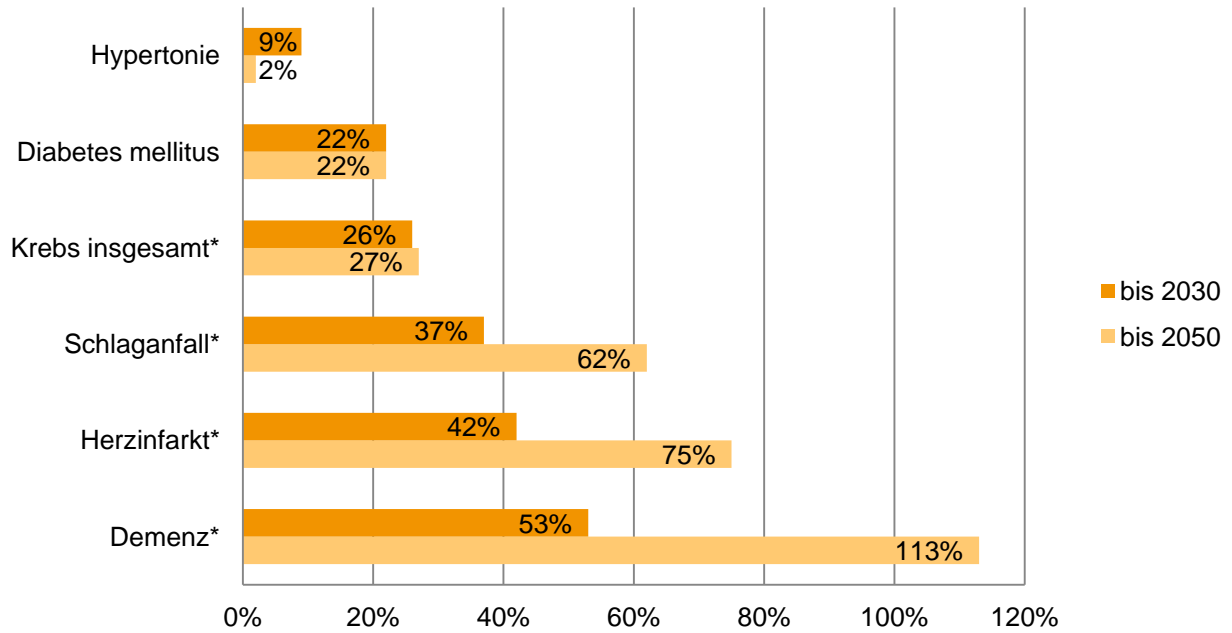
Bei wie vielen Menschen wurde bereits einmal ein Herzinfarkt bzw. eine Durchblutungsstörung am Herzen (koronare Herzkrankheit) oder ein Schlaganfall diagnostiziert?



Quelle: Eigene Darstellung nach Robert Koch-Institut 2013, Studie DEGS1, Erhebung 2008--2011

Infobox – Deutliche Zunahme der Herz-Kreislaufferkrankungen in der Zukunft**Zivilisationskrankheiten**

Prognostizierter Anstieg gegenüber 2007 in Prozent



*jährliche Neuerkrankungen

Quelle: Fritz Beske Institut für Gesundheits-System-Forschung Kiel 2009

BLUTHOCHDRUCK – EINE DER GROSSEN GESUNDHEITSGEFAHREN UNSERER ZEIT

Rund 35 Millionen Menschen in Deutschland leiden an **Bluthochdruck**, darunter auch immer mehr Jüngere. Bei etwa 90 bis 95% der Betroffenen wird der Bluthochdruck nicht durch andere Krankheiten wie z. B. eine Erkrankung der Nieren verursacht. Bei ihnen liegt offenbar eine **Störung mehrerer, den Blutdruck beeinflussender oder regulierender Faktoren** vor. In diesem Fall spricht man vom **essentiellen Bluthochdruck**. Häufige Ursachen sind **Übergewicht, kochsalzreiche Ernährung, hoher Alkoholkonsum, Bewegungsmangel und chronischer Stress** (Quelle: Charité – Universitätsmedizin Berlin).

Die Liste der Ursachen zeigt, dass häufig auch ohne Medikamente bzw. über Medikamente hinaus etwas gegen Bluthochdruck sowie für die Vorbeugung von Bluthochdruck getan werden kann.

Maßnahmen wie **Gewichtsreduzierung, Ernährungsumstellung, Bewegung** und Verzicht auf Alkohol haben starke Auswirkungen auf den Blutdruck und können auch **große Erfolge** erzielen.



Infobox: Bluthochdruck auf einen Blick

Was ist Bluthochdruck?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Erhöhter Druck in den arteriellen Gefäßen (Synonym: Arterielle Hypertonie) ▪ Steigendes Risiko: u. a. für Schlaganfall, Herzinfarkt, Herzschwäche, Nieren- und Augenerkrankungen
Wer ist betroffen?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Häufigkeit der Krankheit steigt mit dem Alter: 50% der Menschen über 50 Jahre leiden an Bluthochdruck ▪ Aber: Bereits die Hälfte der männlichen und ein Viertel der 14-17-Jährigen überschreiten den für Erwachsene optimalen Wert von 120/80 mmHg; 6% der Jungen und 1,4% der Mädchen haben Bluthochdruck ▪ Es besteht ein enger Zusammenhang zwischen Bluthochdruck und Übergewicht: Mehr als 50% der übergewichtigen Deutschen (BMI ≥ 25) und fast 75% der Adipösen (≥ 30) sind betroffen
Was verursacht und begünstigt Bluthochdruck?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rund 90% der Betroffenen leiden an essentiellen Bluthochdruck, d. h. es liegen keine organischen Ursachen vor ▪ In diesem Fall wird der Bluthochdruck durch beeinflussbare äußere Faktoren verursacht: z. B. Übergewicht, hohe Kochsalzzufuhr, hoher Alkoholkonsum, chronischer Stress
Blutdrucksenkende Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Medikamentöse Behandlung ▪ Umstellung der Lebensgewohnheiten: Gewichtsnormalisierung, Ernährungsumstellung, Bewegung, Alkoholrestriktion, Stressmanagement
Zukünftige Entwicklung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Insbesondere aufgrund der Alterung der Gesellschaft ist eine weitere Zunahme zu erwarten

Quellen: www.apotheken-umschau.de, www.aerzteblatt.de, www.gbe-bund.de, <http://dggk.de>

HERZSCHWÄCHE IST HÄUFIGE ERKRANKUNG – LEBENSQUALITÄT LEIDET

Rund 1,8 Millionen Deutsche leiden an einer **Herzschwäche**. Hierbei ist die Pumpfunktion des Herzens vermindert, was die Leistungsfähigkeit beeinträchtigt und die Sterblichkeit erhöht. Durch Symptome wie Atemnot oder Müdigkeit wird die Lebensqualität der Betroffenen stark beeinflusst. Weltweit ist sie eine der häufigsten Erkrankungen. Während bei einer Herzschwäche früher körperliche Schonung verordnet wurde, ist mittlerweile bekannt, dass zu viel körperliche Passivität die Probleme noch weiter verstärken kann.

Dagegen wird heute bis zu einem gewissen Schweregrad der Herzschwäche individuell „dosierte“ **Bewegung unter ärztlicher Kontrolle (Bewegungstherapie)** als wesentlicher Bestandteil der Therapie angesehen. Zusätzlich zu der Behandlung mit Medikamenten.



Infobox: Herzschwäche auf einen Blick

Was versteht man unter Herzschwäche?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verminderte Pumpfunktion des Herzens: Das Herz ist nicht mehr in der Lage, die benötigte Menge Blut durch den Körper zu pumpen! ▪ Symptome: Je nach Schweregrad und Art können unterschiedliche Beschwerden auftreten: z. B. Atemnot bei körperlichen Belastungen (in fortgeschrittenem Stadium auch bereits in Ruhe), verminderte Leistungsfähigkeit, Müdigkeit, Appetitlosigkeit, Herzrhythmusstörungen.
Wer ist betroffen?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Das Risiko für eine Herzschwäche steigt mit zunehmenden Alter. ▪ Wird die Herzschwäche durch einen angeborenen Herzfehler verursacht, kann sie jedoch bereits im Kindesalter auftreten.
Was verursacht eine Herzschwäche?	<p>Häufige Ursachen einer Herzschwäche sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bluthochdruck ▪ Koronare Herzerkrankung (umgangssprachlich „Gefäßverkalkung“) z. B. als Folge von Zigarettenrauch, erhöhten Blutfettwerten, Diabetes etc. ▪ Herzmuskelerkrankungen, Herzklappenfehler, Herzrhythmusstörungen
Welche Therapie ist möglich?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Behandlung der auslösenden Grundkrankheit (wenn möglich) ▪ Therapie mit Medikamenten, um das Herz zu entlasten ▪ Reduktion von Risikofaktoren: Rauchverzicht, Gewichtsreduktion, Bewegungstherapie
Wie wird sich „Herzschwäche“ entwickeln?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Insbesondere aufgrund der Alterung der Gesellschaft ist eine weitere Zunahme zu erwarten.

Quellen: www.leitlinien.de, www.apotheken-umschau.de

BEWEGUNG ALS THERAPIE

Immer mehr Studien belegen die **positive Wirkung von Bewegung** auf den Verlauf verschiedener Krankheiten. Auch bei der Behandlung von Bluthochdruck und Herzschwäche kann **ein gezieltes Trainingsprogramm (unter ärztlicher Kontrolle)** ein fester Bestandteil eines langfristig auf Erfolg ausgerichteten Therapiekonzeptes sein.

Da es bei einer Bewegungstherapie aber auch zu Gegenanzeigen und Komplikationen kommen kann, muss im **Vorfeld eine Gesundheitsuntersuchung** erfolgen, um sicherzustellen, dass keine gesundheitlichen Bedenken (z. B. Begleit- bzw. Folgeerkrankungen) gegen eine Bewegungstherapie bestehen. Das Training sollte durch **ausgebildete Bewegungstherapeuten** unter **ärztlicher Leitung** erfolgen.

ZIELGRUPPEN FÜR NEUE URLAUBSANGEBOTE IN NRW

Viele Menschen machen sich Sorgen, dass sie für eine Herz-Kreislaufkrankung gefährdet sind, z. B. weil direkte Verwandte wie ihre Eltern oder Großeltern betroffen sind. Diese Gästegruppen suchen gezielte Maßnahmen zur **Minderung dieses Risikos** und können mit gesundheitstouristischen Präventionsangeboten angesprochen werden.

Durch die Experten der Präventionswerkstatt wurden ebenso **Betroffene mit Bluthochdruck und Betroffene mit leichter Herzschwäche** als Gästegruppen für den Gesundheitstourismus in NRW herausgearbeitet. Bei beiden ist bereits **eine Krankheit eingetreten**, d. h. sie suchen in ihrem Urlaub nicht nach Präventionsangeboten, sondern **individuell auf ihren Gesundheitszustand zugeschnittene Programme, um den Verlauf ihrer Krankheit positiv zu beeinflussen**.

Infobox: Zielgruppeneinteilung „Herz-Kreislauf“



Interessenten: Vorsorge Herz-Kreislaufkrankungen

... Gäste, die sich z.B. aufgrund von einer Herz-Kreislaufkrankung bei ihren direkten Verwandten und/oder aufgrund starker Stressbelastung **Sorgen** machen, dass sie **auch erkranken** könnten. Der Urlaub soll genutzt werden, um gezielt dieses Risiko durch geeignete Entspannungsmethoden sowie optimale Bewegung und Ernährung zu mindern.

z. B.: 40-jähriger Manager, der nach einer Beförderung etwas für die Stabilität seiner Gesundheit tun möchte.



Betroffene mit Bluthochdruck (medizinisch eingestellt)

... Gäste mit Bluthochdruck, die über die Einnahme von Medikamenten hinaus durch eine gesundheitsfördernde Lebensweise (Bewegung, Ernährung, Entspannung) ihren Blutdruck senken. Der Urlaub soll genutzt werden, um den **eigenen Lebensstil zu verbessern** und **neue Verhaltensweisen** sportliche Aktivitäten, Umstellung der Ernährung und/oder Entspannungstechniken zu erlernen.

z. B.: 50-jähriger Familienvater, der nach der Diagnose Bluthochdruck aktiv etwas gegen die Krankheit tun will.



Betroffene mit Herzschwäche (bis Stadium 2)

... Gäste die an einer Herzschwäche leiden und in ihrer körperlichen **Leistungsfähigkeit leicht eingeschränkt** sind und **erste Beschwerden bei körperlicher Belastung** haben. Sie möchten den Urlaub nutzen, um unter qualifizierter Anleitung von Ärzten und Therapeuten einen Einstieg in ein individuelles Sportprogramm zu finden und sich dabei sicher und gut aufgehoben fühlen.

z. B.: 70-jährige Rentnerin, die sich nach der Diagnose Herzschwäche gerne mehr bewegen möchte, aber Angst davor hat, ihren Körper zu überlasten.

WELCHE ZIELGRUPPE IST FÜR MICH ALS ANBIETER RELEVANT?

Je nach Zielgruppe haben die Urlaubsangebote verschiedene Schwerpunkte. Die Anforderungen an Dienstleister können sich daher stark unterscheiden. 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**, die mit speziellen Anbietern aus den Bereichen Medizin und Therapie kooperieren, kommen Angebote für alle drei Zielgruppen in Frage. Durch die Kooperation können die Angebote genau auf die Bedürfnisse nach einem großen Informationsbedarf zur Verbesserung des Lebensstils abgestimmt werden. Darüber hinaus besteht eine medizinisch-therapeutische Grundsicherung für die Gäste.

Gesundheitsanbieter:

- Rehakliniken, Kliniken oder spezialisierte (Nischen-)Anbieter sind aufgrund ihrer Kompetenzen in der Lage, eigene Angebote für alle drei Zielgruppen zu erstellen und sind als Kooperationspartner für die Angebote relevant.



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 sollte ein **Kardiologe** verfügbar sein.

Verfügbarkeit: Die medizinische Versorgung, die Bewegungs-Trainer etc. sollten den Gästen im Fall einer Inanspruchnahme auch zeitnah zur Verfügung stehen.

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

Bewegung, Entspannung, Ernährung: Ein zentraler Teil des Gesamtangebots sind **Bewegungsangebote**, die den jeweiligen Ansprüchen von Herz-/Kreislauf-erkrankten bzw. an Vorsorge Interessierten gerecht werden. Dabei sollte bei den bereits Betroffenen zunächst eine ärztliche Beurteilung der geeigneten Belastung stattfinden. Die **Ernährungsangebote** sollten sich an den allgemeinen Richtlinien gesunder Ernährung orientieren. Auch die **Entspannungsangebote** können auf den herkömmlichen Entspannungsmethoden wie z. B. Autogenes Training oder Muskelrelaxation nach Jacobson basieren.

Nachbetreuung: Eine Nachbetreuung nach der Reise 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.

Diese Apps können z. B. auf einfache und anschauliche Weise die erlernten Bewegungs- und Entspannungsübungen darstellen (z. B. als Video) und die Möglichkeit bieten, das Betreuungsteam zu kontaktieren.



SPEZIELLE HINWEISE „DER INTERESSIERTE AN VORSORGE VON HERZ-KREISLAUFERKRANKUNGEN

Der besorgte und interessierte Gast hat in der Regel bestimmte Gründe, eine Herz-Kreislaufkrankung zu befürchten und möchte den Urlaub nutzen, mit **Bewegungs-, Ernährungs- und Entspannungsmethoden** das Risiko zu vermindern. Dabei interessiert er sich meist weniger für spezielle Methoden.

Vielmehr sucht er **Unterstützung, um seine Lebensgewohnheiten** (z. B. mehr Bewegung, gesunde Ernährung etc.) zu ändern.

Ein **ärztlicher Check-up** zu Beginn des Programmes kann helfen, die befürchteten Risiken professionell einzuschätzen.

Infobox – Übersicht der „Interessierte an Vorsorge von Herz-Kreislaufkrankungen“

Der „Interessierte an Vorsorge von Herz-Kreislaufkrankungen“



Ziele des Gastes

Der „Interessierte an Vorsorge von Herz-Kreislaufkrankungen“ möchte Bewegungs-, Ernährungs- und Entspannungsmethoden lernen, die geeignet sind, das Risiko von Herz-Kreislaufkrankungen zu mindern.

Angebotskern

Im Fokus stehen die allgemeinen Angebote der Primärprävention: Bewegung mit ausgewogenem Konditions- und Krafttraining, fettarme Ernährung mit hohem Gemüseanteil und regelmäßige Entspannung.

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

- **Leitung:** Ärzte, sofern diese im Rahmen einer Schulung in das durchzuführende Gesundheitssportprogramm speziell eingewiesen wurden.
- **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 (Ernährung und Entspannung: s. Leitfaden Prävention)

Beispiele für Dienstleistungen

- **Ärztlicher Check-up** bezüglich der Risikofaktoren
- **Beratung** zur Wahl der Methoden: Hier sollten die gewählt werden, die dem Gast am meisten Spass machen
- **Bewegungstraining** (z. B. Nordic Walking, Joggen, Aqua-Fitness), **aktive Entspannung** (Entspannungsverfahren) in Kombination mit passiver Entspannung (z. B. Massage, Bäder), **Ernährungsberatung**

Infobox – Angebotsbeispiel der „Interessierte an Vorsorge von Herz-Kreislaferkrankungen“

XUNDCHECK

Das Thema Herz/Kreislauf wird hier über die **Frage nach der allgemeinen Leistungsfähigkeit** angesprochen. Dabei wird der Besorgnis der Gäste mit den Worten „**gibt Ihnen neue Sicherheit**“ begegnet. Parallel dazu wird auf die genussvolle Seite des Aufenthalts hingewiesen. Das medizinisch-therapeutische Angebot enthält neben der Diagnostik auch ein entsprechendes Bewegungsangebot. ([Vollständiges Angebot](#))



XUNDCHECK

Wie leistungsfähig sind Sie wirklich? Kombinieren Sie einen erholsamen Kurzurlaub mit einer professionellen medizinischen Leistungsanalyse Ihres Herz-Kreislauf-Systems. Das gibt Ihnen neue Sicherheit und Sie können sich ganz nebenbei bestens entspannen und unsere hervorragende und „xunde“ Küche genießen.

Ihr Xundurlaub enthält:

2 Nächte in unserem Komforthotel sowie Vollpension „Xund genießen“

Medizinische und therapeutische Leistungen

- Ärztliche Erstuntersuchung
- Ruhe-EKG
- Herz-Ultraschalluntersuchung
- Belastungs-EKG am Fahrrad oder Laufband
- Basislaboruntersuchung
- Ärztliches Abschlussgespräch mit Befundbericht inkl. Trainingsempfehlung
- sowie das komplette Freizeit- und Bewegungsangebot

UNSER ANGEBOT

Preis pro Person	Nebensaison	Hauptsaison
im DZ inkl. VP	€ 490,60	€ 505,60
im EZ inkl. VP	€ 524,60	€ 539,60



Quelle: www.herz-kreislauf.at

SPEZIELLE HINWEISE „BETROFFENE MIT BLUTHOCHDRUCK“

Der „Betroffene mit Bluthochdruck“ möchte als Gast **durch seinen Lebensstil den Bluthochdruck mindern**. Häufig spielt dabei auch das Ziel eine Rolle, keine oder möglichst **wenig Medikamente nehmen** zu müssen. Wichtig ist hier zu Beginn des Programmes eine ärztliche Einschätzung der Blutdruckeinstellung auch unter Belastung: Diese sollte ergeben, dass der Gast so gut eingestellt ist, dass ein Bewegungsprogramm auch verantwortet werden kann. Entscheidend ist ebenfalls eine verständliche Erklärung der Möglichkeiten und Maßnahmen, um den Blutdruck durch Änderung des Lebensstil positiv zu beeinflussen. Insbesondere muss **dabei auf den konkreten Nutzen** der Programmmodule eingegangen werden, die dem Gast empfohlen werden.



Infobox – Übersicht der „Betroffene mit Bluthochdruck“

Betroffener mit Bluthochdruck



Ziele des Gastes

Der „Hypertoniker“ möchte mit möglichst wenig Medikamenten auskommen und hofft, dies durch gezielten Einsatz von Bewegungs-, Ernährungs- und Entspannungsmethoden erreichen zu können.

Angebotskern

Im Fokus stehen die allgemeinen Angebote der Primärprävention: Bewegung mit ausgewogenem Konditions- und Krafttraining, fettarme Ernährung mit hohem Gemüseanteil und regelmäßige Entspannung alles unter besonderer Berücksichtigung des Hypertonus (u. a. Vermeidung gefährdender Sportarten, besondere Berücksichtigung des Salzgehaltes der Ernährung).

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

- **Leitung:** Ärzte, sofern diese im Rahmen einer Schulung in das durchzuführende Gesundheitssportprogramm speziell eingewiesen wurden
- **Durchführung (Bewegung):**
 - **Fachkräfte** mit einem staatlich anerkannten **Berufs- oder Studienabschluss im Bereich Bewegung** in Betracht, 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 (Ernährung und Entspannung: s. Leitfaden Prävention)

Beispiele für Dienstleistungen

- **Ärztlicher Check-up** insbesondere bezüglich der Blutdruckeinstellung
- **Beratung** zur Wahl der Methoden: Hier sollten die gewählt werden, die dem Gast am meisten Spass machen und für Hypertoniker geeignet sind
- **Bewegungstraining** (z. B. Nordic Walking, Joggen, Aqua-Fitness), **aktive Entspannung** (Entspannungsverfahren) in Kombination mit passiver Entspannung (z. B. Massage, Bäder), **Ernährungsberatung**

Infobox – Eignung verschiedener Sportarten bei Bluthochdruck

Gut geeignet:

- Ausdauersportarten mit geringem bis mittlerem Krafteinsatz (Walking, Nordic Walking, Laufen, Radfahren, Inline-Skating, Skilanglauf, Schwimmen etc.)
- Mannschaftsspiele mit geringer körperlicher Belastungsintensität aufgrund veränderter Durchführung (z. B. Volleyball, Fussball, Soft-Tennis etc.)

Bedingt geeignet, abhängig von der Schwere des Bluthochdrucks, Begleiterkrankungen sowie der sportlichen Vorerfahrung:

- Kraft- und Kampfsportarten mit niedrigen bis mittleren Belastungsintensitäten (ohne Pressmung)
- Einzelrückschlagsspiele mit geringer bis mittlerer Belastungsintensität (Tischtennis, Tennis etc.)
- Mannschaftsspiele mit mittlerer Belastungsintensität
- Ausdauersportarten mit höherem Krafteinsatz, z. B. Rudern

Ungeeignet:

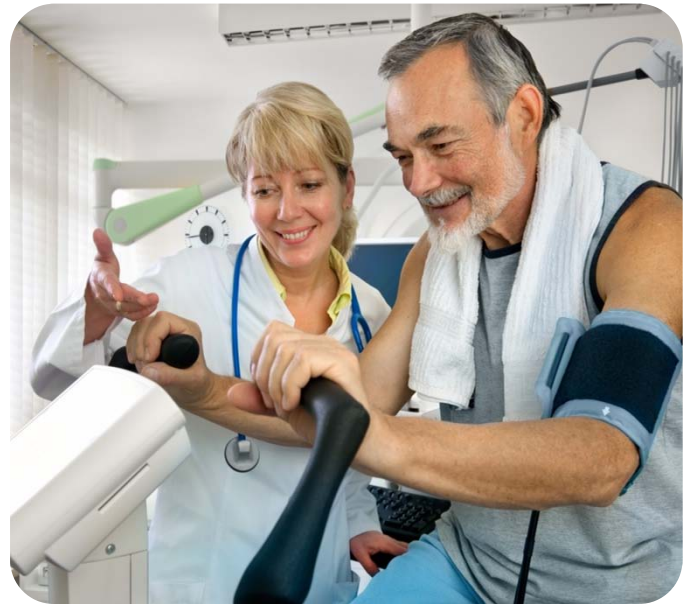
- Kraft- und Kampfsportarten mit hohen Belastungsintensitäten
- Einzelsportarten und Einzelspiele mit hoher Belastungsintensität (Leichtathletik, Badminton, Squash etc.)
- Mannschaftsspiele mit hohen Belastungsintensitäten (Eishockey, Basketball etc.)

Quelle: Predel HGBluthochdruck und Sport, DEUTSCHE ZEITSCHRIFT FÜR SPORTMEDIZINJahrgang 58, Nr. 9 (2007)

SPEZIELLE HINWEISE „BETROFFENE MIT LEICHTER HERZSCHWÄCHE“

Der „Betroffene mit leichter Herzschwäche“ möchte als Gast im Gesundheitsurlaub lernen, genau **den Sport zu machen, der im Rahmen seiner Erkrankung positiv wirkt**. Auch hier ist zu Beginn des Programmes eine ärztliche Einschätzung der Belastbarkeit für die Programmempfehlungen entscheidend.

Dafür ist ggf. u. a. eine aktuelle Ergometrie erforderlich (Belastung-EKG). Daraufhin sollte der Arzt genaue Empfehlungen zum Belastungsgrad im Rahmen des Bewegungsprogrammes aussprechen. Ob parallel dazu Ernährungs- und Entspannungsmodule empfohlen werden, liegt ebenfalls in der Beurteilung des Arztes.



Infobox – Übersicht der „Betroffene mit leichter Herzschwäche“

Betroffener mit leichter Herzschwäche



Ziele des Gastes

Der „Betroffene mit leichter Herzschwäche“ möchte mit dosierter Bewegung mehr Lebensqualität und eine stabilere Gesundheit erzielen.

Angebotskern

Im Fokus stehen individuell maßgeschneiderte Bewegungsprogramme: Bewegung mit ausgewogenem Trainingsmodulen, die exakt auf die in dem Check-up ermittelten Belastungsgrenzen abgestimmt ist.

Erforderliche Kompetenzen

- **Leitung:** Kardiologen, sofern diese im Rahmen einer Schulung in das durchzuführende Gesundheitssportprogramm speziell eingewiesen wurden
- **Durchführung (Bewegung):** Fachkräfte, die von dem Kardiologen als geeignet auch im Rahmen der geltenden Bestimmungen beurteilt werden

Beispiele für Dienstleistungen

- **Ärztlicher Check-up** u. a. bezüglich der Belastungsfähigkeit (Maximal Stadium 2, Fachlich: NYHA II)
- **Beratung** zur Wahl der Methoden: Hier sollten die gewählt werden, die vom Gast entsprechend der empfohlenen Belastungsgrenze gut dosiert werden können
- **Bewegungstraining** (z. B. Nordic Walking, Joggen, Aqua-Fitness), **aktive Entspannung** (Entspannungsverfahren) in Kombination mit passiver Entspannung

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](#). Der [Leitfaden Prävention des GKV-Spitzenverbandes](#) kann ebenfalls, auch wenn er die Primärprävention fokussiert, als beispielgebend für die Strukturierung von gesundheitsorientierten Angeboten genutzt werden.

Selbstverständlich sind die für den Bereich **Herz-Kreislaufkrankungen** bestehenden **Leitlinien und Fachstandards** aus dem medizinisch-therapeutischen Bereich zu beachten. Zu berücksichtigen sind neben den geltenden allgemeinen Leitlinien für **arterielle Hypertonie und Herzinsuffizienz** auch spezielle wie z. B. die **Leitlinie körperliche Aktivität zur Sekundärprävention und Therapie kardiovaskulärer Erkrankungen**.

Weitere Informationen gibt es u. a. bei der [Deutschen Gesellschaft für Angiologie – Gesellschaft für Gefäßmedizin e. V. \(DGA\)](#), der [Deutschen Gesellschaft für Kardiologie-Herz-Kreislaufforschung e. V. \(DKG\)](#), der [Deutschen Gesellschaft für Prävention und Rehabilitation von Herz-Kreislaufkrankungen e. V. \(DGPR\)](#) oder der [Deutschen Hochdruckliga e. V. \(DHL\)](#).

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 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 die beschriebenen Zielgruppen am besten erreicht werden? In der **Kommunikation** ist die jeweilige Motivation der einzelnen Teilzielgruppen im breiten Segment von Urlaubangeboten zum Thema Prävention von Herz-Kreislaufkrankungen 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!

MEHRWERTE UND KOMPETENZEN VERMITTELN

In der Kommunikation der Angebote steht der gesundheitliche Mehrwert im Vordergrund, der sich v. a. in der medizinisch-therapeutischen Kompetenz und der gezielten Beratung zur Lebensstiloptimierung v. a. durch Bewegung sowie dem medizinischen Backup während der Programme definieren sollte.

- In erster Linie müssen die **fachlichen Kompetenzen** bezüglich des Themas Herz-/Kreislaufdargestellt werden. Auch eine besondere Einrichtung/Ausstattung oder Apparate wie z. B. zum ärztlichen Check up sowie der Nutzen von einzelnen Bewegungs- und Entspannungseinheiten sind hervorzuheben. Liegen wissenschaftliche Studien vor, die sich auf Teile des Angebots und dessen Nutzen beziehen, kann auf diese prominent hingewiesen werden.
- **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 „Prävention von Herz-Kreislaufkrankungen“

Beispiele für zentrale Angebotsbereiche und Ansprachemechanismen:

- Interessenten für die Vorsorge von Herz-/Kreislaufkrankungen:** gesunder Lebensstil, Riskofaktoren bewerten, Sicherheit, aktiv etwas für die Gesundheit tun etc.
- Betroffene mit Bluthochdruck:** Blutdruck ohne Medikamente senken Maßnahmen/Techniken für eine gesunde und blutdrucksenkende Lebensweise (Bewegung, Ernährung und Entspannung) kennenlernen und einüben, um sie in den Alltag zu integrieren.
- Betroffene mit leichter Herzschwäche:** eigene Leistungsfähigkeit kennenlernen und verbessern, leichtes Training auf niedrigem Niveau und an den eigenen Rhythmus angepasst, individueller auf Grundlage eines ärztlichen Check-ups entwickelter Trainingsplan, einfühlsame und fachliche Betreuung, Ängste und Hürden überwinden, gesundheitsfördernde Verhaltensweisen erlernen, Sicherheit in der Einschätzung der eigenen Leistungsfähigkeit gewinnen, Tipps für und Umsetzung des Gelernten im Alltag, gezielte Hilfe.

PLATTFORMEN UND KOOPERATIONEN IMMER WICHTIGER

Für den Vertrieb präventionsorientierter Gesundheitsangebote im Bereich Herz-Kreislaufkrankungen **spielen zielgruppenspezifische Portale** sowie **Kooperationen** eine große Rolle.

In erster Linie sollen **Kooperationen mit Fachpartnern** (bundesweit und regional) erfolgen, um eine

entsprechende Qualität aufweisen zu können und anerkannt zu werden.

Darüber hinaus stellen auch Unternehmen und unternehmensübergreifenden Organisationen attraktive Kooperationspartner im Bereich des betrieblichen Gesundheitsmanagement dar.

Infobox – Beispiele für Vertriebskanäle und Kooperationen im Bereich Prävention von Herz-Kreislaufkrankungen

Reiseveranstalter und -mittler

- ☑ Plattformen der Projektpartner der Präventionswerkstatt: [DEIN NRW GESUND](#), [Teutoburger Wald Tourismus](#) und [Sauerland Tourismus](#)
- ☑ Reiseportale zu Gesundheitsreisen z. B. unterschiedliche [Check-up-Programme](#) Herz-Kreislauf bzw. für [Hypertoniker](#) bei [Gesundheitsreise.de](#), „Aktivwochen“ für die Zielgruppe Vorsorge [Herz-Kreislauf](#) beim Spezialreiseveranstalter GSM in Kooperation mit Betriebskrankenkassen

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

Online-Portale, Plattformen und Foren

Spezielle Webseiten 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:

- ☑ Interessenten für Vorsorge Herz-Kreislaufkrankungen: Gesundheitsjournale, z. B. [www.meine-vitalitaet.de](#)
- ☑ Betroffene mit Bluthochdruck und Herzschwäche: z. B. Apotheken Umschau, [www.gesundheit.de](#)

Weitere Kooperati- onspartner und Mul- tiplikatoren

Empfehlungen von Fachverbänden und Selbsthilfeorganisationen, Rehakliniken, Ärzten, Krankenhäusern, Versicherungen etc.

Kontaktpunkte mit der Zielgruppe über branchenübergreifende Kooperationen:

- ☑ Fachverbände (bundesweit): [Bundesverband Niedergelassener Kardiologen \(BNK\)](#), [Deutsche Gesellschaft für Prävention und Rehabilitation für Herz- Kreis- lauferkrankungen e. V.](#), [Westdeutsches Herznetz](#), [Deutsche Herzstiftung e. V.](#), [Deutsche Gesellschaft für Kardiologie – Herz- und Kreislaufforschung e. V.\(DGK\)](#) etc.; Fachverbände (regional): [HerzNetz Köln](#)
- ☑ Unternehmen: spezielle Kommunikationskonzepte für Betriebliches Gesundheitsmanagement und Firmenprogramme, Berufsverbände, IHKS

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 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 Webseite 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. 23)

Infobox – ausgewählte Maßnahmen zum Online-Marketing Prävention Herz-Kreislaufkrankungen

- **Eigene Website** als Visitenkarte: Buchbare Präventionsprogramme gegen Herz-Kreislaufkrankungen müssen leicht auffindbar sein. Ideal ist die Schaffung einer eigenen Landingpage für die Angebote zum Thema Bluthochdruck und/oder Herzschwäche, 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. . Sport und Herzschwäche, Blutdruck senken etc.).
- **PR, Blogs und Communities:** Die Platzierung von Inhalten zum Thema Bluthochdruck und Urlaub (Content Marketing) kann bspw. über die Zusammenarbeit mit meinungsbildenden Bloggern erreicht werden. Diese könnten z. B. im Rahmen eines Urlaubs für Betroffene mit Bluthochdruck eingeladen werden, um darüber glaubhaft zu berichten. Beispielblogs: www.mein-bluthochdruck-blog.de, www.blutdruck-blog.de, www.kardio-blog.de; Online-SelbsthilfeForum: www.herzberatung.de
- **Social Media:** Plattformen wie Facebook können mit einem eigenen Auftritt genutzt werden, um in erster Linie Kundenkontakte zu generieren. Bspw. lässt sich über Facebook auf Basis einer engen Zielgruppeneingrenzung gezielt Werbung schalten.
- **m-health/Smartphone-Apps:** Die Kundenbindungs-Apps sollten die gesundheitstouristischen Angebote möglichst anschaulich (z. B. als Video) wiedergeben und die Möglichkeit des Kontakts zum Betreuungsteam bieten.



CHECKLISTEN

Die **Reisemotive, Reiseanforderungen und -bedürfnisse** von herzkranken Menschen und Gästen, die Interesse an der Vorsorge von Herz-Kreislaufkrankungen haben, können sehr unterschiedlich sein. In den nachfolgenden Checklisten werden für die im Rahmen der Präventionswerkstatt vordergründig fokussierten Gästegruppen in einem Steckbrief zusammengefasst.

Interessenten für Vorsorge von Herz- und Kreislauerkrankungen

Ansatz: Im Urlaub sollen Anregungen zur Verbesserung des eigenen Lebensstils gegeben werden und ggf. befürchtete Risiken von einem Arzt bewertet werden.

Mögliche Angebotsbereiche: Gesundheitsfachlich begleitete individuelle Programme, die Bewegung, Entspannung und gesunde Ernährung kombinieren.

Produktmerkmale für Pauschalen und Einzelangebote:

Kernelemente	Ergänzungsbausteine
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ggf. Einholen von Informationen zur Anamnese (Fragebogen) ✓ Ggf. Ärztlicher Check-up (Ergometrie) und/oder ärztliches Eingangsgespräch ✓ Individuelles Bewegungstraining ✓ Aktive Entspannungsmodule ✓ Ernährungsberatung, Kochkurse ✓ Individueller Trainings- und Ernährungsplan für zu Hause 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Wellness ✓ Natur- und Landschaftserlebnisse ✓ Bildungsangebote

Qualitätskriterien:

- ☑ **Personalqualifikation:** Ärzte (Allgemeinmediziner, Internisten, Kardiologen, Sportmediziner), auf Herz-Kreislaufkrankungen geschulter Personal-Trainer, Krankengymnastiklehrer, Übungsleiter, Sportwissenschaftler, auf Herz-Kreislaufkrankungen spezialisierte Diätassistenten, Ernährungsberater, Ökotrophologen
- ☑ **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, Möglichkeit zur Unterbringung von Ausrüstung (z. B. Nordic Walking Stöcke, Fahrräder etc.)
- ☑ **Gastronomie:** gesunde und regionale Küche in Orientierung an Landeskriterien „DEIN NRW GESUND“ (mindestens Verwendung regionaler und saisonaler Lebensmittel), mindestens 1 Vollwert- oder vegetarisches sowie kalorienreduziertes Gericht, fettarme Speisen mit hohem Gemüseanteil
- ☑ **Services und Komfort:** Vorabinformation und Fragebogen vor der Reise (Einschätzung Gesundheitszustand, Fitnesslevel und eventueller Vorbelastungen), Mitgabe eines Trainings- und Ernährungsplans, Nachbetreuung z. B. durch Newsletter mit Tipps zu Ernährung, Bewegung und Entspannung

Betroffene mit Bluthochdruck (medizinisch eingestellt)

Ansatz: Im Urlaub sollen fachlich fundierte Anregungen zur Verbesserung des eigenen Lebensstils gegeben werden.

Mögliche Angebotsbereiche: Gesundheitsfachlich begleitete Programme mit individueller Beratung in den Bereichen Bewegung, Ernährung und Entspannung

Produktmerkmale für Pauschalen und Einzelangebote:

Kernelemente	Ergänzungsbausteine
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Einholen von Informationen zur Anamnese (Fragebogen) ✓ Ärztlicher Eingangsscheck (Ergometrie) ✓ Individuelles Bewegungstraining (auch für zu Hause) ✓ Individueller Ernährungsplan ✓ Ernährungsberatung; Kochkurse ✓ Anerkannte Entspannungs- und Stressmanagementverfahren 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Wellness ✓ Natur- und Landschaftserlebnisse ✓ Bildungsangebote

Qualitätskriterien:

- ☑ **Personalqualifikation:** Ärzte (Allgemeinmediziner, Internisten, Kardiologen, Sportmediziner), auf Herz-Kreislaufkrankungen geschulter Personal-Trainer, auf Herz-Kreislaufkrankungen spezialisierte Diätassistenten, Ernährungsberater, Ökotrophologen
- ☑ **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), mindestens 1 Vollwert- oder vegetarisches sowie kalorienreduziertes Gericht, salz-, zucker-, und fettarme Speisen, Diätküche (falls erforderlich)
- ☑ **Services und Komfort:** Blutdruckmessgeräte, Vorabinformation und Fragebogen vor der Reise, Nachbetreuung

Betroffene mit Herzschwäche (bis Stadium 2)

Ansatz: Im Urlaub sollen fachlich fundierte Anregungen zur Verbesserung des eigenen Lebensstils gegeben werden.

Mögliche Angebotsbereiche: Gesundheitsfachlich begleitete individuelle Bewegungsangebote.

Produktmerkmale für Pauschalen und Einzelangebote:

Kernelemente	Ergänzungsbausteine
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Einholen von Informationen zur Anamnese (Fragebogen) ✓ Ärztlicher Eingangsscheck (Ergometrie) ✓ Individuelles Bewegungstraining ✓ Abschlussuntersuchung ✓ Individueller Trainingsplan für zu Hause 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Wellness ✓ Natur- und Landschaftserlebnisse ✓ Ernährungsberatung; Kochkurse ✓ Anerkannte Entspannungsverfahren ✓ Bildungsangebote

Qualitätskriterien:

- ☑ **Personalqualifikation:** Ärzte (Allgemeinmediziner, Internisten, Kardiologen, Sportmediziner), auf Herz-Kreislaufkrankungen geschulter Personal-Trainer, auf Herz-Kreislaufkrankungen spezialisierte Diätassistenten, Ernährungsberater, Ökotrophologen
- ☑ **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), mindestens 1 Vollwert- oder vegetarisches sowie kalorienreduziertes Gericht, salz-, zucker-, und fettarme Speisen, Ggf. Vermeidung von Gerichten mit hohem Flüssigkeitsgehalt (z. B. Suppen)
- ☑ **Services und Komfort:** ständige Verfügbarkeit von in der Prävention von Herz-Kreislaufkrankungen geschultem Personal (auch nachts), Vorabinformation und Fragebogen vor der Reise, Nachbetreuung, Mitgabe eines Trainings- und Ernährungsplans und Untersuchungsbefunde nach dem Aufenthalt

IHRE ANSPRECHPARTNER/-INNEN

Sie haben allgemeine Fragen zur Präventionswerkstatt NRW oder spezielle Fragen zur Produktentwicklung im Bereich Prävention von Herz-Kreislaufkrankungen? 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.nrw-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. 7,8,11,13,15,16,19)
 Alle weiteren Bilder: Gesund in NRW –
 2013, Bildkatalog NRW 2014

Erscheinungsjahr: Dezember 2014

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