



GESUNDHEITSTOURISMUS

innovativ

Newsletter

zum Projekt „Innovativer Gesundheitstourismus in Deutschland“

Innovative Angebote gesucht!

Das Projekt „Innovativer Gesundheitstourismus in Deutschland“ ist erfolgreich gestartet. Der DTV ruft bundesweit dazu auf, innovative Ideen und Best-Practice-Beispiele einzureichen.

Ziel des bis Mai 2011 angelegten Projektes ist es, Markttrends, Ideen und Innovationen im chancenreichen Gesundheitstourismus herauszuarbeiten und breit zu kommunizieren. Dabei werden Best-Practice-Beispiele gesucht, die Anregung zur Nachahmung finden sollen. Die Analyse am Markt befindlicher Beispiele wird ergänzt durch die Berücksichtigung von innovativen Ansätzen und den „Blick ins Labor“, um auch zukünftige Entwicklungen einzubeziehen.

Die systematische Erfassung ist im vollen Gang. Sie wird im weiteren Projektverlauf durch die Einbindung von Experten sowie die Ausrichtung von regionalen Zukunftskonferenzen unterstützt.

Bereits heute ruft der DTV als Projektträger bundesweit dazu auf, herausragende Best-Practice-Beispiele einzureichen. Bis zum September 2010 besteht die Möglichkeit, die innovativen gesundheitstouristischen Konzepte vorzulegen. Diese können aus unterschiedlichen Kategorien stammen: gesundheitstouristische Produkte und Dienstleistungen, neue Organisations- und Kooperationsformen oder neuartige Vermarktungs- und Vertriebsansätze, z.B. als Plattform für Produkte und Anbieter. Bewusst richtet sich der Fokus

beispielsweise auch auf medizinische und technologische Innovationen, z.B. aus der Medizintechnik und Telemedizin, die im Gesundheitstourismus zum Einsatz kommen können. Gesucht werden wegweisende Angebote und Ideen, die einen erheblichen Neugigkeitsgrad aufweisen. Die Markteinführung sollte nicht länger als drei Jahre zurückliegen.

Sämtliche Beiträge werden von einem Gremium von Fachleuten und anhand eines Kriterienkataloges hinsichtlich ihres Innovationscharakters analysiert. Anschließend werden beispielhafte Strukturen, Prozesse und Erfolgsfaktoren herausgearbeitet und Handlungsempfehlungen abgeleitet. Die zentrale Abschlussveranstaltung, geplant am 14.04.2011 in Berlin, bündelt sämtliche Ergebnisse des Projektes und stellt diese der breiten Fachöffentlichkeit vor. Im Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie werden die innovativsten Best-Practice-Beispiele präsentiert.

Die Einreichung von Beiträgen kann über die eigens eingerichtete Projekt-Website www.innovativer-gesundheitstourismus.de erfolgen. Diese bietet darüber hinaus sämtliche Informationen und aktuelle Termine zum Projekt.



Alle Infos zum Projekt: www.innovativer-gesundheitstourismus.de

Editorial

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

mit der Herausgabe des ersten Newsletters zum DTV-Projekt „Innovativer Gesundheitstourismus in Deutschland“ möchten wir Sie ab sofort über Neuigkeiten aus dem Projekt und dem dynamischen Marktumfeld des Gesundheitstourismus informieren!

Viel Spaß beim Lesen wünschen

Claudia Gilles,
Hauptgeschäftsführerin
Deutscher Tourismusverband e.V., Projektträger

Cornelius Obier, PROJECT M GmbH, im Namen der Arbeitsgemeinschaft.

Inhalt

Seite 1

- Innovative Angebote gesucht!

Seite 2 und Seite 3

- Vorstellung des Fachbeirats
- Stimmen zum Projekt

Seite 4

- Innovation und Innovationstreiber im Gesundheitstourismus
- Innovationen aus Medizin und Technik

Seite 5

- Potentiale für gesundheitsorientierte Urlaubsformen

Seite 6

- Bundesweite Zukunftskonferenzen
- Kontakt + Impressum



GESUNDHEITSTOURISMUS

innovativ

Newsletter

zum Projekt „Innovativer Gesundheitstourismus in Deutschland“

Der Fachbeirat

26 VertreterInnen aus allen gesundheitstouristisch relevanten Bereichen zählt der Fachbeirat, der das Projekt begleitet. Am 24.02.10 kamen die Mitglieder zur zweiten Sitzung in der Sporthochschule Köln zusammen.

Aufgabe des Beirates ist die zeitliche und inhaltliche Steuerung des Projektes sowie die Mitarbeit an und die Abnahme von Arbeitsergebnissen. In mehreren Sitzungen und Workshops wird der gesamte Prozess aktiv unterstützt.

Welche Erwartungen hat der Fachbeirat an das Projekt? Wir stellen ausgewählte Stimmen vor:



*Birgit Grauwogel,
Geschäftsführerin
der Tourismus
Zentrale Saarland
GmbH, Sprecherin
der Projektsteuer-
ungsgruppe:*

„Die Verbindung zwischen Tourismus und Gesundheit wird immer fließender. So stehen viele Regionen, vor allem jene mit klassischen Kur- und Heilbädern vor der Aufgabe, neue Wege zu entwickeln, um dem Wunsch nach Urlaub aber auch Gesundheitsvorsorge gerecht zu werden. Aus Sicht eines DTV-Mitglieds ist dieses Projekt deshalb ein großer Gewinn. Erstmals werden für Orte und Regionen Ideen, Handlungsfelder und Erfolgsfaktoren im Hinblick auf Ressourcen und Wirkung aufgezeigt. Fragen nach der Art des touristischen Angebotes und nach neuen Zielgruppen

werden beantwortet. Das Projekt ist ein Leitfaden für die operative Arbeit und ein innovativer Ansatz, um die Über-

nachtungsrückgänge in der Fläche aufzuhalten.“

(Fortsetzung Seite 3)

Mitglieder des Fachbeirats:

Institution	Titel	Vorname	Nachname
Wellness-Hotels-Deutschland GmbH		Michael	Altewischer
Berg Consulting & Education		Waldemar	Berg
Techniker Krankenkasse		Bernd	Beyrle
Hamburger Gesellschaft zur Förderung der Demokratie und des Völkerrechts	Staatssekretär a.D.	Tilo	Braune
Deutscher Wanderverband		Ute	Dicks
Heilbäderverband Baden Württemberg e. V.	Prof.	Rudolph	Forcher
DERTOUR GmbH & Co. KG		Sabine	Gerhard
Deutscher Tourismusverband e.V.		Claudia	Gilles
Tourismus Zentrale Saarland GmbH		Birgit	Grauwogel
TMB - Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH		Dieter	Hütte
Sächsische Staatsbäder GmbH Bad Elster/ Bad Brambach	Dr.	Christian	Kirchner
AOK Bundesverband GbR		Renate	Klein
Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie	Dr.	Rüdiger	Leidner
Heilbäder und Kurorte Marketing Baden-Württemberg GmbH		Arne	Mellert
Wirtschaftsministerium des Landes Baden-Württemberg	Ministerialrat Dr.	Peter	Mendler
Gemeindeverwaltung Timmendorfer Strand c/o Tourismusverband Schleswig-Holstein	Bürgermeister	Volker	Popp
Ernst-Moritz-Arndt-Universität Greifswald	Prof. Dr.	Monika	Rulle
Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH	Dr.	Achim	Schloemer
aachen tourist service e.v.		Werner	Schlösser
Deutsche Sporthochschule Köln, Institut für Natursport und Ökologie	Dr.	Achim	Schmidt
Deutscher Heilbäderverband e.V.		Markus	Schneid
co.don AG		Vilma	Siodla
Dr. Holiday AG		Claudia Maria	Staedele
Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT)		Norbert	Tödter
Bayern Tourismus Marketing GmbH		Sabine	Weinhardt
Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie		Henry	Witusch



(Fortsetzung von Seite 2)



*Dr. Achim Schmidt,
Deutsche Sport-
hochschule Köln,
Institut für
Naturesport und
Ökologie:*

„Innovationen sind der Motor einer sich weiterentwickelnden gesundheitstouristischen Infrastruktur. Doch welche Invention schafft den Sprung zur Innovation und ist auch massentauglich? Die Beantwortung dieser Frage ist für Investoren essentiell.

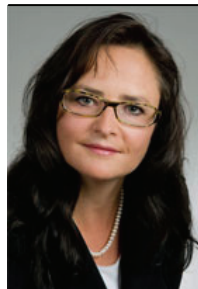
Als Universität erhoffen wir uns vom Projekt ‚Innovativer Gesundheitstourismus‘ einen detaillierten Einblick in die Lebenszyklen der aktuellen gesundheitstouristischen Produktideen zu bekommen. Dabei fokussiert sich unser besonderes Interesse auf die Faktoren, welche über Erfolg oder Misserfolg einer Idee entscheiden und letztlich über ihre Lebensdauer am Markt entscheiden.“



*Werner Schlösser,
Kur- und Verkehrs-
direktor Aachen:*

„Der Markt des Gesundheitstourismus wächst von Jahr zu Jahr, wird aber auch immer unübersichtlicher. Ich hoffe, daß unser Projekt eine Orientierung und Perspektiven für diesen Markt erarbeiten kann. Das Projekt soll aufzeigen, wie

sich dieser Zukunftsmarkt für alle Beteiligten erfolgreich weiterentwickeln kann. Im Übrigen gilt auch für dieses Projekt: Der Weg ist das Ziel.“

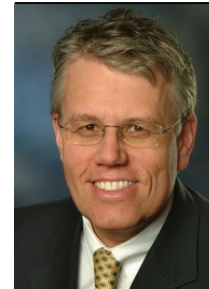


*Vilma Siodla,
Vorstand der co.don
AG:*

„Deutschland galt lange Jahre als Motor für Innovationen. Viele Besucher aus dem Ausland wissen darum und nutzen neben einer Reise durch Deutschland auch Angebote modernster medizinischer Diagnose und Versorgung. Die Deutschen selbst kennen und nutzen die Möglichkeiten der Gesunderhaltung in Kombination mit einem Urlaub noch zu wenig. Es gilt, die vielfältigen Angebote einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Stressabbau, Prävention, Gesundheitserhaltung, Heilung: die Möglichkeiten sind vielfältig und die Potenziale vorhanden. Die Kombination touristischer Erholungs- und Aktivitätsangebote mit Vorsorgemaßnahmen, Diagnosefindung oder schonenden Therapien bieten Chancen für zahlreiche Anbieter.

Die Anwendung neuer Verfahren, z.B. in der regenerativen Medizin zur Gelenkerhaltung durch die Nutzung eigener Zellen, bieten ebenfalls Anknüpfungspunkte für gesundheitstouristische Programme. Vom Projekt erwarten wir, dass Hinweise und Möglichkeiten aufgezeigt werden, wie vor allem innovative Ansätze aus Medizin und Medizintechnik im Gesundheitstour-

ismus in Zukunft eine erfolgreiche Rolle spielen können.“



*Dieter Hütte,
Geschäftsführer
Tourismus-
Marketing
Brandenburg
GmbH:*

„Der Gesundheitstourismus profitiert zurzeit von verschiedenen Markt- und Nachfrageveränderungen, die Grundlage für ein nachhaltiges Wachstum sein können. Um die Potenziale zu heben, sind marktgerechte Angebote die Voraussetzung. Im Rahmen dieses Projektes soll herausgearbeitet werden, wie gesundheitstouristische Angebote aussehen sollten, und welche Anforderungen zu erfüllen sind, um heutigen und künftigen Kundenansprüchen zu genügen.

Neben der Analyse von Erfolgsfaktoren erhoffe ich mir aber auch Erkenntnisse zu neuartigen Prozessen, neuen Formen der Zusammenarbeit oder zum Einsatz neuer Technologien, die in die touristische Praxis umgesetzt werden und zu innovativen Angeboten im Gesundheitstourismus führen. Diese aktuellen Themen sollen auch in acht bundesweiten Zukunftskonferenzen vorgestellt und diskutiert werden. Ich bin auf die Ergebnisse gespannt.“

Innovation und Innovationstreiber im Gesundheitstourismus

Technischer Fortschritt, neue Nachfrageformen und Kooperationen – der „Neue Gesundheitstourismus“ bietet vielfältige Chancen. Hier setzt das vorliegende Projekt des DTV an.

Der medizinisch-technische Fortschritt revolutioniert den Gesundheitstourismus. Neue, einfache und preisgünstige Diagnose- und Behandlungsformen ermöglichen innovative und massentaugliche Produkte im Präventionsmarkt. Kombinationen aus Biofeedback-Selbstdiagnosen und Online-Coaching-Instrumenten ermöglichen beispielsweise gänzlich neue Formen des Dialogmarketings und der Kundenbindung. Medizintechnik-Anbieter erkennen im Tourismus einen eigenständigen, volumenstarken Absatzmarkt und ein Feld für Crossmarketing-Aktivitäten. Welche Rolle spielen neue Technologien, wie z.B. Personal Trainer Programme von Nintendo DS und Wii?

Neue Nachfrageformen bieten neue Chancen. Der demographische Wandel und die damit verbunden zunehmende Anzahl älterer Reisender führt zu einer zunehmenden Nachfrage nach unter gesundheitlichen Aspekten „sicheren“ Angeboten. Das Grundmotiv „Sicherheit“ spielt insbesondere unter gesundheitstouristischen Aspekten eine zunehmende Rolle: Barrierefreiheit, Verfügbarkeit medizinischer Grund- und Akutversorgung, nachweislich gesundheitsfördernde Angebotsbausteine im Urlaub usw. werden immer wichtiger.

Nicht nur ältere Menschen nutzen künftig gesundheitstouristische Angebote. Neue Nachfrage entsteht mit großer Dynamik auch durch jüngere, mitten im Arbeitsleben stehende Menschen mit hohen Anforderungen im privaten und beruflichen Lebensumfeld. Stressprävention und Stressmanagement werden gerade für wertschöpfungsstarke und jüngere Nachfragesegmente immer bedeutsamer. Unter den Schlagworten „Mentale Wellness“, „Entschleunigung“ und „Selfness“ entwickeln sich schon heute äußerst erfolgreich neue Angebotsformen und Produkte.

Der gesundheitstouristische Markt ist strukturell oftmals durch viele kleine und mittlere Unternehmen (KMU) geprägt, denen es nur im Netzwerk gelingt, gesundheitstouristische Angebote zu entwickeln und am Markt zu platzieren. In diesem Zusammenhang stellen sich eine Reihe hoch relevanter Fragen, die insbesondere die Umsetzung strategischer Partnerschaften in der Produktentwicklung und im Vertrieb betreffen. In diesem Zusammenhang lohnt auch ein Blick auf verwertbare Beispiele für branchenübergreifende Kooperationen in der Gesundheitsbranche außerhalb des Gesundheitstourismus, wie z.B. Apotheken, Ärztgenossenschaften usw. Welche Organisationsformen können Produktentwicklung und Innovation im Netzwerk am besten gewährleisten?

Diese und viele andere Entwicklungen und Potenziale werden bereits heute von einigen Anbietern erkannt und genutzt. Strukturell jedoch sind das Bewusstsein und das Wissen über den „Neuen Gesundheitstourismus“ in Deutschland nicht verankert. Der „Neue Gesund-

heitstourismus“ befindet sich noch in einer „frühen Innovationsphase“. Eine breite Wahrnehmung und Adaption neuer Ideen und erfolgreicher Innovationen unterbleibt (noch). Hier setzt das Projekt „Innovativer Gesundheitstourismus in Deutschland“ an, in dem es sich folgende Ziele setzt:

- Bewusstsein schaffen – was ist bzw. worin besteht die Innovation?
- Innovationen erklären – wie funktioniert die Innovation?
- Erfolgsfaktoren verdeutlichen – warum und unter welchen Voraus-



setzungen lässt sich die Innovation umsetzen?

*Beitrag von
Cornelius Obier,
PROJECT M GmbH*

Innovationen aus Medizin und Technik veredeln Konsumgüter und Dienstleistungen – auch im Tourismus

Für das Projekt „Innovativer Gesundheitstourismus“ wurden hohe Ziele gesetzt: Die aktuell und zukünftig besten Dienstleistungen, Produkte, Prozesse und Organisationsstrukturen sollen identifiziert und den Marktteilnehmern zugänglich gemacht werden.

Die Herausforderungen bei der Lösung dieser Aufgabe sind vielfältig: Neben dem klassischen Tourismus müssen Entwicklungen in so unterschiedlichen Bereichen wie der Präventionsforschung, der Medizintechnik, des

Gesundheitswesens, aber auch primär gesundheitsneutralen Technologien wie des mobilen Internets berücksichtigt werden.

Der Tourismus folgt dabei einem generellen Trend: In unserer Studie „Gesundheit als Innovationstreiber in der Konsumgüterindustrie“ wurde gezeigt, dass bei einem immer größeren Teil alltäglicher Konsumgüter Gesundheit eine entscheidende Rolle spielt und dies auch margenrelevant ist.

In der Regel werden bei zunehmender Produktreife branchenübergreifende Lösungen „Eigenkreationen“ vorgezogen – Kooperationsmanagement wird zu einem wesentlichen Erfolgsfaktor. Die ständig zunehmende Anzahl gesundheitsorientierter Konsumgüter und Dienstleistungen erweitert den Raum für Kooperationen nicht nur in der Produktentwicklung, sondern auch in der Vermarktung.

Die Notwendigkeit des branchenübergreifenden Analyseansatzes zeigt, dass der Gesundheitstourismus sich auf einem vergleichbaren Weg befindet. Die Bandbreite der Angebote hat bedeutend zugenommen, sie reicht bereits jetzt von der klassischen Massage und dem High-Tech-Check-up bis hin zu internetgestützten Angeboten, bei denen der touristische Aufenthalt ein Teil eines ganzjährigen Betreuungspackages darstellt. Viele Angebote im Gesundheitstourismus haben bereits einen hohen medizinischen Standard und unterwerfen sich einer kontinuierlichen Qualitätssicherung. Einige Angebote können auch in ihrem medizinischen Kern dem klassischen Gesundheitswesen als Vorbild dienen.

Es gilt, die aktuell gültigen Entwicklungsmuster dieser enormen Dynamik zu erkennen und daraus Leitplanken für unternehmerische Entscheidungen abzuleiten. Entscheidend für den Erfolg des Projektes wird nicht die Theorie,



sondern die Praktikabilität der vorgeschlagenen Ansätze für den jeweiligen Nutzer sein.

Beitrag von Dr. med. Andreas Keck, KECK Medical GmbH

Potenziale für gesundheitsorientierte Urlaubsformen

Die Verknüpfung von Urlaub und Gesundheit hat eine lange Tradition, genau genommen liegen hier im 19. Jahrhundert die Wurzeln des modernen Tourismus. Das aktuelle Marktvolumen ist beachtlich.

Die neueste Reiseanalyse (RA 2010) der FUR weist für 2009 4 Mio. Urlaubsreisen als Gesundheitsurlaub aus, bis 2020 erwarten wir einen Anstieg auf ca. 7 Mio. 36% der Deutschen ist „etwas für die Gesundheit tun“ im Urlaub „besonders wichtig“.

Bei den verschiedenen gesundheitsorientierten Urlaubsformen gab es in den letzten Jahren deutliche Verschiebungen, einerseits zum Wellness-Urlaub, andererseits zugunsten einer eher medizinischen Orientierung („Kur“ im Urlaub), während Fitnessferien und allgemeiner Gesundheitsurlaub leicht rückläufig sind.

Für die kommenden drei Jahre erwägen 19% der Deutschen einen Wellnessurlaub, 15% einen Gesundheitsurlaub, 13% eine Kur im Urlaub und 9% Fitnessferien (RA 2010). Die Zahl der Interessenten liegt in allen Fällen weit über der der aktuellen Nutzer, hier zeigen sich zusätzliche Nachfragepotenziale.

Vor dem Hintergrund des demographischen Wandels in Deutschland kann man langfristig eine zusätzliche Wachstumschance erwarten. Allerdings wird sich diese Möglichkeit nicht quasi automatisch realisieren, weil die Senioren der Zukunft deutlich gesünder sind als ihre Vorgänger.

Kein Wunder, dass sich viele Destinationen um das Segment gesundheitsorientierter Urlaubsgäste bemühen. Wer die Chancen nutzen will, braucht erstklassige und wettbewerbsfähige Produkte, die den sehr spezifischen Anforderungen für die verschiedenen Urlaubsformen gerecht werden. Am Ende zählt gerade im Gesundheitstourismus aber nicht nur der Markterfolg, sondern auch der Beitrag zur Gesunderhaltung, sowohl auf individueller wie auf gesellschaftlicher Ebene. Die Anbieter haben hier eine hohe Verantwortung.



Beitrag von Prof. Dr. Martin Lohmann, Diplom-Psychologe, Leiter des N.I.T., Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nord-europa, Kiel, Lehre der Wirtschaftspsychologie an der Leuphana-

Universität Lüneburg sowie Tourismuspsychologie an der Wirtschaftsuniversität Wien und an der Wiener Modul-Universität.

Termine für Zukunftskonferenzen festgelegt

Erste Projektergebnisse werden auf insgesamt acht regionalen Zukunftskonferenzen vorgestellt.

Im fachlichen Austausch mit Akteuren und Leistungsträgern sollen Erfolgsfaktoren, Innovationstreiber und -hemmnisse sowie Möglichkeiten zur Verbesserung des Innovationsklimas im Gesundheitstourismus diskutiert und gesammelt werden. Die Konferenzen sollen damit auch der Ergänzung der Best Practice Analyse dienen und Hinweise auf bislang noch nicht erfasste Innovationen liefern.

Die Teilnahme an den Konferenzen ist

Bundesweite Zukunftskonferenzen:

Region	Datum	Ort
Berlin / Brandenburg	26.05. oder 27.05.10	Potsdam
Bremen / Niedersachsen	01.06.10	Bad Zwischenahn
Sachsen-Anhalt / Sachsen / Thüringen	15.06.10	N.N.
Nordrhein-Westfalen	22.06.10	Bad Oeynhausen
Baden-Württemberg	30.06.10	N.N.
Bayern	01.07.10	Bad Wörishofen
Mecklenburg-Vorpommern / Schleswig-Holstein / Hamburg	14.09.10	Bad Segeberg
Rheinland-Pfalz / Saarland / Hessen	21.09.10	N.N.

Die fehlenden Daten werden in Kürze nachgetragen.

nicht abhängig von der Zugehörigkeit zu einer bestimmten Region. Anmeldungen werden nach gesonderter Ankündigung ab Ende April 2010 unter www.innovativer-gesundheitstourismus.de entgegengenommen.

Kontakt und Impressum



Das Projekt „Innovativer Gesundheitstourismus“ wird durchgeführt unter Leitung der Beratungsunternehmen PROJECT M GmbH und KECK MEDICAL GmbH, unter wissenschaftlicher Mitwirkung des Instituts für Tourismusforschung in Nordeuropa (N.I.T.) und des Europäischen Tourismusinstituts (ETI) und mit PR-Begleitung durch die Agentur COMEO. Die Projektträgerschaft obliegt dem DTV. Das Projekt endet im Mai 2011.

Dieses Projekt wird vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie als Zuwendungsgeber finanziell unterstützt.

Projektträger:

Deutscher Tourismusverband Service
GmbH
Bertha-von-Suttner-Platz 13
53111 Bonn

Ansprechpartner



Frauke Hein
Tel.: +49 - 2 28 - 9 85 22 13
Fax: +49 - 2 28 - 9 85 22 28
hein@deutschertourismusverband.de
www.deutschertourismusverband.de

Redaktion Newsletter

PROJECT M GmbH
Tempelhofer Ufer 23/24
10963 Berlin

Ansprechpartner



Christoph Creutzburg
Tel.: +49 - 30 - 21 45 87 0
Fax: +49 - 30 - 21 45 87 11
christoph.creutzburg@projectm.de
www.projectm.de

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Redaktionsschluss Newsletter
Ausgabe 1: 08.03.2010