Entwicklungskonzept für die Gesundheitslandschaft Vulkaneifel

Endbericht

Berichtsteil „Produkt- und Qualitätskonzept“

Stand: 13.10.2010

PROJECT M GmbH

Geschäftsführer:
Dipl.-Volksw. Andreas Lorenz
Dipl.-Kfm. Cornelius Obier

Wissenschaftliche Leitung:
Prof. Dr. Edgar Kreilkamp
Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack

Büro Berlin
Tempelhofer Ufer 23/24
10963 Berlin
Tel. 030.21 45 87 0
Fax 030.21 45 87 11
berlin@projectm.de

Büro Lüneburg
Vor dem Roten Tore 1
21335 Lüneburg
Tel. 04131.7 89 62 0
Fax 04131.7 89 62 29
lueneburg@projectm.de

Büro Stuttgart
Falkertstraße 82
70193 Stuttgart
Tel. 0711.72 23 54 0
Fax 0711.72 23 54 29
stuttgart@projectm.de

Büro Trier
Am Wissenschaftspark 25/27
54296 Trier
Tel. 0651.9 78 66 0
Fax 0651.9 78 66 18
trier@projectm.de

Kontakt:

Dipl.-Kfm.
Cornelius Obier
Lüneburg
cornelius.obier@projectm.de

Dipl.-Geogr.
Edda Schaefer
Stuttgart
edda.schaefer@projectm.de

www.projectm.de

Urheberschutz

Sämtliche von PROJECT M erarbeiteten Angebotsinhalte, Konzepte und sonstige Werke bleiben geistiges Eigentum von PROJECT M. Sämtliche Nutzungsrechte erbrachter Leistungen verbleiben bei PROJECT M. Weitergabe und Vervielfältigung (auch auszugsweise) sind lediglich mit schriftlicher Einwilligung von PROJECT M zulässig.

Lüneburg & Stuttgart, den 13.10.2010

PROJECT M GmbH

Inhaltsverzeichnis

1. Zielsetzung des Teilkonzepts 4

2. Angebotsfelder 5

2.1 Therapie 5

2.2 Prävention 8

2.3 Wellness 10

2.4 Erholung & Selfness 13

3. Qualitätssicherung 16

3.1 Prozessstandard 16

3.2 Qualitätszirkel 18

4. Leitprojekte und Maßnahmen 19

© 2010 PROJECT M GmbH

1. Zielsetzung des Teilkonzepts

Die Produkte sind die konkreten Urlaubs- und Therapieangebote der Gesundheitslandschaft Vulkaneifel. Sie werden dem Gast zur Buchung/zum Kauf bereitgestellt und sind damit direkt für die Generierung der Umsätze verantwortlich.

Das Produkt- und Qualitätskonzept soll eine Leitlinie zur Entwicklung von Produkten darstellen, die das Typische und die Qualität der GLV klar herausstellen. Basis für die Entwicklung des Qualitätsstandards ist die rheinland-pfälzische Strategie für den Gesundheitstourismus, die IchZeit. Der Leitfaden zur Umsetzung musste für die Anwendung auf Ebene der Teilregion (Zahl der Anbieter mit entsprechendem Qualitätsniveau zu gering) und im Hinblick auf die Positionierung (Umsetzung der therapeutischen Landschaft in den Produkten) sowie die Bedienung des Angebotsfeldes „Therapie“ angepasst werden.

In den folgenden Kapiteln werden die charakteristischen Produktmerkmale und die Qualitätsanforderungen für vier Angebotsfelder aufgezeigt, die im Gesundheitstourismus nachgefragt und von der GLV angeboten werden:

- Therapie
- Prävention
- Wellness
- Erholung & Selfness

So unterschiedlich die Angebotsfelder sind, werden in allen Produkten der GLV die Markenwerte der therapeutischen Landschaft, die faszinierenden Natur- und Landschaftserlebnisse und das hiermit verbundene Qualitätsversprechen durchgängig umgesetzt. Für den Gast wird damit ein erkennbarer Standard geschaffen.

Im Rahmen der durchgeführten Produkt-Coachings am 28.04.2010 für Anbieter von Wellness und Erholung sowie den Einzel-Coachings in den Kliniken am 07.05.2010 wurden Umsetzungsbeispiele für die Angebotsfelder entwickelt. Diese sind in den entsprechenden Angebotsbereichen aufgeführt.

© 2010 PROJECT M GmbH

2. Angebotsfelder

2.1 Therapie

Das Angebotsfeld Therapie, nebenstehend beschrieben, ist ausschließlich durch medizinisch-therapeutische Leistungsanbieter „bespielbar“. Das Produkt basiert auf einer Vor- bzw. Eingangsuntersuchung. Neben Heilung & Linderung und Rehabilitation umfasst das Angebotsfeld die Präventionsformen, die das Verhindern des Ausbrechens einer Krankheit bei bestehender Indikation (Sekundärprävention) oder zurückliegenden Erkrankungen (Tertiärprävention) fokussiert.

Der wachsenden Nachfrage nach medizinischen, nicht krankenkassen- oder versicherungspflichtigen Leistungen wird hiermit Rechnung getragen.

PROJECT M — Produkt- und Qualitätskonzept

I Therapie – Produktmerkmale

„Angebote im Bereich Therapie umfassen Angebote für gesundheitstouristische Gäste mit einer bestehenden Indikation/Diagnose, u.a. Therapie, Rehabilitation sowie Sekundär- und Tertiärprävention. Im Mittelpunkt stehen die Therapieschwerpunkte der Kliniken und medizinischen Anbieter.“

Kernelemente

- Diagnose/Anamnese
- Behandlung nach indikationsspezifischen Standards
- Natur- und Landschaftserlebnis

Einbindung von Natur- und Landschaftserlebnissen:

- Outdoor-Aktivitäten (Bewegung und Entspannung), empfohlen im Rahmen von med. Programmen, z. T. externe Anbieter
- Einbindung in die Therapie: Führungen über therapeutische Wege für Risikogruppen (Venenerkrankungen, Diabetes mellitus, Überlastungssyndrom)

Zielgruppe

- Bedarf/Nachfrage orientiert sich an den jeweiligen Indikationen
- Nur bedingt soziodem. abgrenzbar
- Partner mit Motivation zu Optimierung der eigenen Situation und Partnerhilfe

© 2010 PROJECT M GmbH

Die (teilweise) Eigenfinanzierung der Leistungen erfordert ein Gesamtangebot von hoher medizinisch-therapeutischer und gesundheitstouristischer Qualität. Diese werden durch die Produkte der GLV nach den folgenden **Qualitätsanforderungen** bereitgestellt:

- Kriterium 1: Einhaltung indikationsspezifischer medizinisch-therapeutischer Fachstandards gem. Arbeitsgemeinschaft der Wissenschaftlichen Medizinischen Fachgesellschaften (AWMF)
- Kriterium 2: Qualifizierung der Natur- und Landschaftserlebnis-Anbieter: Basisqualifizierung therapeutische Landschaft für med.-therap. Fachpersonal (vgl. Qualifizierungsprogramm, Angebot 1a)

Bei Einbindung externer Beherbergung und Gastronomie:

- Kriterium 3: Qualitätsanforderungen an Beherbergungs- und Gastronomieleistung gemäß IchZeit Rheinland-Pfalz/Medical Mental Wellness
- Kriterium 4: Beherbergung - Bei nicht vorhandener Qualifizierung in Service Q kann eine Absichtserklärung des Betriebs über Zertifizierung in einer Frist von zwei Jahren erfolgen.

© 2010 PROJECT M GmbH

Umsetzungsbeispiele:

PROJECT M — Produkt- und Qualitätskonzept

I Therapie – Ergebnisse der Produkt-Coachings: Produkt-Beispiele

Meduna-Klinik - Diabetes mit Spezialisierung auf „Ältere Patienten“ (Sekundär- und Tertiärprävention)*

- Zielgruppe: Ältere Menschen mit Diabetes mellitus (60+), Ausrichtung des Programms auf Paare
- Bausteine:
  - Kursangebot zum Thema Ernährung
  - Kochkurs in der Lehrküche
  - Trainingstherapie außerhalb der Klinik auf Diabetes-Pfad
  - Medical Checkup (ärztliche Leistung): Standardisierte Untersuchung mit Schwerpunkt z. B. Bewegungs- und Ernährungsverhalten, Körperkomposition (Festlegung durch den Facharzt)
- Infrastruktur: therapeutischer Weg „Diabetes/Ernährungs-Pfad“ (Arbeitstitel)

*Ergebnis Vorgespräch Mai 2010: Änderungen vorbehalten

© 2010 PROJECT M GmbH, Stuttgart Gesundheitslandschaft Vulkaneifel 19

PROJECT M — Produkt- und Qualitätskonzept

I Therapie – Ergebnisse der Produkt-Coachings: Produkt-Beispiele

Capio Mosel-Eifel-Klinik – Venenübungen vor und nach dem medizinischen Eingriff*

- Zielgruppe: Patienten mit Venenleiden, nicht soziodemographisch eingrenzbar.
- Bausteine:
  - Übungen zur Prävention von Venenerkrankungen und Linderung bestehender Beinbeschwerden
  - Beherbergung auch außerhalb der Klinik: Kooperation mit regionalen Partnern (Hotels etc.)
- Infrastruktur: therapeutischer Weg „Gesunde Venen - Schöne Beine“ *(Arbeitstitel)*

*Ergebnis Vorgespräch Mai 2010: Änderungen vorbehalten

© 2010 PROJECT M GmbH, Stuttgart Gesundheitslandschaft Vulkaneifel 18

2.2 Prävention

Im Rahmen des Angebotsfelds Prävention, nebenstehend beschrieben, werden Programme zur Gesundheitsförderung und Krankheitsvorbeugung angeboten. Zentrale Leistung ist die medizinisch-therapeutische Programmleitung, die für die Qualität der Gesundheitsleistungen sowie für die gesundheitsbezogenen Services (vgl. Kap. 3.1) gegenüber dem Gast verantwortlich ist.

Prävention wird in einer Vielzahl an Programmen von Krankenkassen und Versicherungen umgesetzt. Dies erfordert eine flexible Ausrichtung der Präventionsprogramme nach den Anforderungen der Träger, z. B. auch im Rahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung.

PROJECT M — Produkt- und Qualitätskonzept

II Prävention – Produktmerkmale

„Angebote im Bereich Prävention werden durch qualifiziertes Fachpersonal begleitet (med. oder therap. Programmleitung). Im Mittelpunkt stehen gesundheitsfördernde Programme gem. Leitfaden Prävention. Weiterhin sind Angebote für kassen-/versicherungsgeförderte Programme und betriebliches Gesundheitsmanagement zu entwickeln.“

Kernelemente

- Programme zur Risikovorbeugung und Verbesserung der Lebensqualität
- Medizinisch-therapeutische Programmleitung
- Natur- und Landschaftserlebnis
- Optional: Wellnessangebot

Einbindung von Natur- und Landschafts-erlebnissen:

- Präventionsprogramm/Kurse finden überwiegend in der Landschaft statt
- Individuelle Nutzung (Smartphone App.) oder angeleitete Trainings auf therapeutischen Wegen für Risikogruppen

Zielgruppe

- mentale Gesundheitsförderung: vorwiegend 40-59jährige, berufstätig mit überdurchschnittlichem Einkommen
- körperliche Gesundheitsförderung: (Bewegung, Ernährung): 60+ jährige, i.d.R. nicht mehr berufstätig
- Zielgruppen des betrieblichen Gesundheitsmanagements

© 2010 PROJECT M GmbH, Stuttgart Gesundheitslandschaft Vulkaneifel 7

Die nachfolgenden **Qualitätsanforderungen** werden durch die Präventionsangebote der Gesundheitslandschaft Vulkaneifel erfüllt:

- Kriterium 1: medizinisch-therapeutische Qualifikation der Anbieter: Qualifizierung gemäß Leitfaden Prävention 2008 der Arbeitsgemeinschaft der Spitzenverbände der Krankenkassen, medizinisch-therapeutische Programmleitung vorhanden
- Kriterium 2: Qualifizierung der Natur- und Landschaftserlebnis-Anbieter: Basisqualifizierung therapeutische Landschaft für med.-therapeutische Anbieter in Programmleitung und Durchführung (vgl. Qualifizierungsprogramm Zielgruppe 1 a)
- Kriterium 3: Qualität der eingebundenen Beherbergungs- und Gastronomieleistung gemäß IchZeit Rheinland-Pfalz/Medical Wellness
- Kriterium 4: Beherbergung - Bei nicht vorhandener Qualifizierung in Service Q kann eine Absichtserklärung des Betriebs über Zertifizierung in einer Frist von zwei Jahren erfolgen.

Umsetzungsbeispiel:

PROJECT M — Produkt- und Qualitätskonzept

II Prävention – Ergebnisse der Produkt-Coachings: Produkt-Beispiele

EifelKlinik Manderscheid - Burnout-Prävention*

- **Zielgruppe:** vorwiegend 40-59jährige, berufstätig mit überdurchschnittlichem Einkommen/ggf. betriebliches Gesundheitsmanagement
- **Bausteine:**
  - Einleitung und therapeutische Erstgespräche per Telefonberatung in Kombination mit Therapieeinheiten vor Ort, Telefon-Coaching
  - Präsenzphasen zur Gesprächstherapie
  - Medical Checkup (ärztliche Leistung): Stressdiagnostik anhand eines Fragebogens, ggf. mit Unterstützung vorhandener oder noch zu erwerbender Messgeräte (z. B. Hautleitfähigkeit, Herzfrequenzvariabilität, Cortisoltest; Festlegung durch den Facharzt)
  - Anleitung zu regenerierendem Sport, insbesondere Vermeidung eines Übertrainings
  - Gesamtpaket z. B. für drei Monate
- **Infrastruktur:** ggf. Meßgeräte für Stressdiagnostik

*Ergebnis Vorgespräch Mai 2010: Änderungen vorbehalten

© 2010 PROJECT M GmbH, Stuttgart Gesundheitslandschaft Vulkaneifel 20

2.3 Wellness

Das Angebotsfeld Wellness, nebenstehend dargestellt, ist durch die hohen Anforderungen der Gäste an die Ausstattung von Wellnessanlagen sowie die Durchführung der Anwendungen gekennzeichnet. Es existiert eine Vielzahl an Wellessanwendungen, die in ihrer gesundheitsfördernden Wirkung nicht nachgewiesen sind („gut ist was gut tut“).

In Konsequenz entsteht an die Wellnessanbieter die Anforderung, neben der Profilierung der Angebote durch Natur- und Landschaftserlebnisse, insbesondere die Qualität der Angebote im Hinblick auf die Wirkung am Gast kritisch zu hinterfragen.

PROJECT M — Produkt- und Qualitätskonzept

III Wellness – Produktmerkmale

“Wellness-Angebote können in erster Linie durch die Wellness-Hotellerie angeboten werden. Die Anreicherung mit Entspannungsangeboten (medizinisch-psychologisch anerkannt) wird für eine Vermarktung auf Landesebene vorausgesetzt.“

Kernelemente

- Angebotsrahmen der Wellness-Hotellerie
- nach Kundenwunsch optionale und individuelle Verfügbarkeit von Leistungsbausteinen (auch Entspannungsbausteine)
- Natur- und Landschaftserlebnis

Zielgruppe

- Wichtigste Wellness-Motive: Stressabbau, „Energie tanken“, „sich verwöhnen“ gekoppelt mit hohem Gesundheitsbewusstsein
- Alter: 40-59 Jahre, Frauen (2/3) deutlich affiner als Männer

Einbindung von Natur- und Landschafts-erlebnissen:

- Nach Möglichkeit finden Wellnessanwendungen in der Landschaft statt
- Einbindung von ortsgebundenen Heilmitteln
- Bewegungsangebote finden überwiegend in der Landschaft statt

Attraktivierung der Angebote:

- Nutzung der „landschaftstherapeutischen“ Parks und Wege
- Führungen mit dem „Landschaftstherapeuten“

© 2010 PROJECT M GmbH, Stuttgart

© 2010 PROJECT M GmbH

Folgende **Qualitätsanforderungen** sind durch Wellnessprodukte der GLV mindestens zu erfüllen:

- Kriterium 1: Medizinisch-therapeutische Unbedenklichkeit:
  - (im Zweifel) Ärztliche Stellungnahme über die medizinisch-psychologische Unbedenklichkeit des Angebots

  oder:
  - Anerkanntes Entspannungsverfahren (Bundesverband der Deutschen Psychologen)
- Kriterium 2: Qualifizierung der Wellness-Anbieter: Basisqualifizierung therapeutische Landschaft (vgl. Qualifizierungsprogramm Zielgruppe 1 a)
- Kriterium 3: Wellnessleistungen: Richtwerte durch Vorgaben der Fachverbände (u. a. Dt. Wellnessverband)
- Kriterium 4: Beherbergung: Zertifizierung von DEHOGA/DTV über 3 Sterne oder vergleichbare Qualität
- Kriterium 5: Beherbergung - Bei nicht vorhandener Qualifizierung in Service Q kann eine Absichtserklärung des Betriebs über Zertifizierung in einer Frist von zwei Jahren erfolgen.

© 2010 PROJECT M GmbH

Umsetzungsbeispiele:

PROJECT M — Produkt- und Qualitätskonzept

III Wellness – Ergebnisse der Produkt-Coachings: Produkt-Beispiele

Haus der Gesundheit in Koop. mit Gillenfelder Hof - Kräuter Wellness*

- Zielgruppe: s. o.
- Bausteine:
  - Kräuterstempel (Marian Chruscz, Haus der Gesundheit)
  - Massage (Marian Chruscz, Haus der Gesundheit)
  - Heustempel (selbst gemacht) (Marian Chruscz, HdG)
  - Ggf. Qi Gong (Feilry)
  - Seminar Ernährung (Heilkräuter) (Frau Hartmann und Frau Schend)
  - Kräuterführung (Frau Schend)

*Ergebnis Workshop April 2010: Änderungen vorbehalten

© 2010 PROJECT M GmbH, Stuttgart

PROJECT M — Produkt- und Qualitätskonzept

III Wellness – Ergebnisse der Produkt-Coachings: Produkt-Beispiele

NaturPurHotel - Alma Coaching*

- Zielgruppe: 40-59 Jahre, Frauen (2/3) mit Wellness-Motiven: Stressabbau, „Energie tanken“, „sich verwöhnen“
- Bausteine:
  - Übernachtung (NaturPurHotel)
  - Wellnessanwendungen (NaturPurHotel)
  - Einbindung therapeutische Landschaft: Fahrt mit dem Coaching-Mobil, Entspannung in der Landschaft durch Improvisations-Musik

*Ergebnis Workshop April 2010: Änderungen vorbehalten

© 2010 PROJECT M GmbH, Stuttgart

© 2010 PROJECT M GmbH

2.4 Erholung & Selfness

Der Angebotsbereich Erholung & Selfness, nebenstehend dargestellt, trägt dem nachgewiesenen Bedürfnis nach schwerpunktmäßig mentaler Erholung und Sinnsuche Rechnung.

Für das Marketing der GLV gilt es, die Produkte markenorientiert durch Natur- und Landschaftserlebnisse zu profilieren. In Ermangelung eines Qualitätssystems, insbesondere für Angebote für „Sinnsuche“, entsteht für die Erholungsanbieter die Anforderung, die Qualität der Angebote im Hinblick auf die Wirkung am Gast kritisch zu hinterfragen.

PROJECT M — Produkt- und Qualitätskonzept

IV Erholung & Selfness - Produktmerkmale

„Erholungsangebote zielen auf Ruhe und Rückzug vom Alltag in Kombination mit Entspannung, Stressreduzierung und Selbstfindung ab. Diese Angebotsform kann besonders gut von Anbietern dargestellt werden, die vor allem über eine definierte Lagegunst (Ruhe, Natur, zerschneidungsfreie Landschaft etc.) verfügen.“

Kernelemente

- Lagegunst (naturnah, ruhig) des Beherbergungsbetriebs
- Erholungsrelevante Bausteine aus den Bereichen Bewegung, Ernährung, Kreativität (Wandern, Walken, Kochkurse, Malen etc.)
- Natur- und Landschaftserlebnisse

Zielgruppe

- Menschen mit häufigen beruflich bedingten Stressreaktionen
- Menschen mit häufigen, durch familiäre Belastungssituationen bedingten Stressreaktionen
- Menschen mit Bedürfnis zu Selfness und Selbstfindung

Einbindung von Natur- und Landschafts-erlebnissen:

„Veredelung“ der Angebote durch Gesundheitsförderung:

- Nutzung der „landschaftstherapeutischen“ Parks und Wege
- Führungen mit dem „Landschaftstherapeuten“
- Überschneidungen von Wander- und Radwegen mit Stationen der therapeutischen Wege

© 2010 PROJECT M GmbH, Stuttgart

© 2010 PROJECT M GmbH

Die nachfolgenden Qualitätsanforderungen werden durch die Erholungs- & Selfness-Angebote der Gesundheitslandschaft Vulkaneifel erfüllt:

- Kriterium 1: Medizinisch-therapeutische Unbedenklichkeit:
  - Ärztliche Stellungnahme über die medizinisch-psychologische Unbedenklichkeit des Angebots

  oder:
  - Anerkanntes Entspannungsverfahren (Bundesverband der Deutschen Psychologen)
- Kriterium 2: Qualifizierung der Natur- und Landschaftserlebnis-Anbieter: Basisqualifizierung therapeutische Landschaft für Erholungsanbieter (vgl. Qualifizierungsprogramm Zielgruppe 1 a)
- Kriterium 3: Lagegunst des Beherbergungsbetriebs: gem. IchZeit Rheinland-Pfalz/Angebotsbereich Entschleunigung
- Kriterium 4: Beherbergung - Bei nicht vorhandener Qualifizierung in Service Q kann eine Absichtserklärung des Betriebs über Zertifizierung in einer Frist von zwei Jahren erfolgen.

© 2010 PROJECT M GmbH

Umsetzungsbeispiele:

PROJECT M — Produkt- und Qualitätskonzept

IV Erholung & Selfness – Ergebnisse der Produkt-Coachings: Produkt-Beispiele

Arte Vitalis – Kreativurlaub*

- Zielgruppe: Menschen mit häufigen (beruflich bedingten) Stressreaktionen
- Bausteine:
  - Individuelle Malreisen und Musikferien (Klassik, Jazz, afrikanisches Trommeln)
  - Beherbergung im Haus Sonneck
  - Einbindung therapeutische Landschaft: Malkurse in der Natur mit Naturmotiven
- IchZeit-Anforderungen werden durch Anbieterin geprüft
- Qualifizierung therapeutische Landschaft wird durchgeführt

*Ergebnisdokumentation Workshop April 2010: Änderungen vorbehalten

© 2010 PROJECT M GmbH, Stuttgart

PROJECT M — Produkt- und Qualitätskonzept

IV Erholung & Selfness – Ergebnisse der Produkt-Coachings: Produkt-Beispiele

Seminarhaus Vulkaneifel - WALK AWAY*

- Zielgruppe: Menschen mit häufigen (beruflich bedingten) Stressreaktionen
- Bausteine:
  - *„Einen Tag in der Natur, ein absichtsloses Gehen ohne zerstreuende Ablenkung. Als Auszeit von Beruf und Alltag. Zeit für Stille, Zeit für Achtsamkeit, Zeit für Dich." (Auszug Angebotstext)*
  - Begleitung und Coaching durch Heilpraktikerin für Psychotherapie
  - Beherbergung in Häusern in naturnaher, ruhiger Lage

*bestehendes Angebot; Ergebnisdokumentation Netzwerkforum April 2010: Änderungen vorbehalten

© 2010 PROJECT M GmbH, Stuttgart

© 2010 PROJECT M GmbH

3. Qualitätssicherung

Konsequente Qualitätssicherung in Angebotsentwicklung, Vermarktung, Vertrieb wird als Maxime für die Marktbearbeitung an alle Beteiligten des Prozesses der Leistungserstellung gestellt (vgl. Markenkonzept S. 10 ff.). Als Basis der Qualitätssicherung sind die Qualitätskriterien für Angebote und Produkte, die durch die GLV gemeinsam vermarktet werden, von den Anbietern zu gewährleisten (vgl. Kap. 2). Weiterhin wird ein Prozessstandard für sämtliche Produkte der GLV wie folgt festgelegt.

3.1 Prozessstandard

Der Reiseablauf ist wie eine Prozesskette zu planen, bei der das Erleben des Gastes im Mittelpunkt steht. Damit ein Produkt in der Umsetzung einen reibungslosen Ablauf bietet, werden einheitliche Services in den Abschnitten des Reiseverlaufs (vor, während und nach dem Aufenthalt) definiert. Hierzu gehören z. B. Kundenfeedback und Nachbetreuung, die zur Messung der Kundenzufriedenheit in der Prozesskette verankert werden. Die begleitenden Services, nebenstehend aufgeführt, gelten für alle Produkte in den vier Angebotsbereichen. Sie werden durch den jeweiligen Produktanbieter (Veranstalter) sichergestellt.

PROJECT M — Servicestandards im Produktprozess

Prozess-Standard: In allen Teilen des Produktprozesses werden Services verankert.

Vor dem Angebot	*Beginn des Angebots*	*Laufendes Angebot*	*Ende des Angebots*	*Nach dem Angebot*
Umfangreiche Vorab-Informationen: ▪ Ablauf und Inhalte des Programms/ Angebot ▪ Reisebestätigung ▪ Reiseschein ▪ (Normierung § 651 a-m BGB) ▪ Informationen zur Gesundheits-landschaft Vulkaneifel	▪ Begrüßungsstandard: ▪ Willkommensgruß, Fragen zur Anreise und Unterkunft, Klärung evtl. Probleme ▪ Erläutern des Programms/Angebots, Ablauf, Vorgehensweise und Nutzen ▪ Eingehen auf spezifische Fragen des Gastes ▪ Erläuterung oder Rundgang durch die relevanten Räumlichkeiten ▪ Ziel-/ Ergebnisvereinbarung mit dem Gast (Wahrnehmungswerte, z.B. „erholt sein“)	Einhaltung der Qualitäts-standards in den Angebotsfeldern (Erholung, Wellness, Prävention, Therapie) gem. Qualitätskonzept	Rück-kopplung mit dem Gast über die Ziel-/Ergebnis erreichung	▪ Strukturiertes Kundenfeedback ▪ Nachbetreuung/After-Sales Service - erfolgt durch Kompetenzzentrum GLV, hierbei Beteiligung Anbieter zur Nachbearbeitung von Kundenadressen (schriftliche Einwilligung des Gastes Vorraussetzung).

Die Standards orientieren sich nach den Serviceanforderungen der IchZeit in den Angebotsbereichen Wellness und Entschleunigung, bilden diese aber nicht vollständig ab. Bei Einbindung in die landesweite Marketingplattform der IchZeit sind diese vollständig zu erfüllen (vgl. Neuausrichtung der Heilbäder und Kurorte Leitfaden für Orte und Betriebe).

Für Präventionsprogramme sind zusätzliche Services erforderlich, um den Ablauf der med.-therap. Leistungen sicherzustellen. Die nebenstehenden Serviceanforderungen werden für die Präventionsangebote der GLV verbindlich festgelegt. Sie sind an das Produktprogramm der IchZeit/Medical Wellness angelehnt. Ggf. werden in der Zusammenarbeit mit Trägern von Präventionsprogrammen weitere Serviceanforderungen entstehen, auf die die Anbieter flexibel eingehen.

Angebote aus dem Angebotsfeld „Therapie“ sollten sich an dem Prozessstandard orientieren. Es wird von einer Definition der Prozessstandards für Therapieangebote abgesehen, da sie im Rahmen der med.-therap. Fachstandards festgelegt sind.

PROJECT M — Servicestandards im Produktprozess

Spezifische Services bei Präventionsangeboten erforderlich.

Vor dem Angebot	*Beginn des Angebots*	*Laufendes Angebot*	*Ende des Angebots*	*Nach dem Angebot*
▪ Grundlegende Information zum Präventions-programm/ Angebot ▪ Empfehlungen für Maßnahmen am Heimatort, ggf. Auflagen erteilen, z.B. Durchführung Medical Checkup ▪ Anforderung Unterlage/ Informationen zur Anamnese	▪Begrüßung durch med. – therap. Programmleitung ▪Anamnese, Eignung, Ausstellen Unbedenklichkeits-bescheinigung nach erfolgter Befragung/ Untersuchung ▪Ziel-/ Ergebnisverein-barung mit dem Gast (körperliche Werte)	▪(ggf. limitierter) Kontakt zur med. Programmleitung ▪Einhaltung der med.-therap. Fachstandards	▪Rückkopplung mit dem Gast über die Ziel-/Ergebnis-erreichung ▪Dokumentation des Programms ▪Empfehlungen für Maßnahmen am Heimatort (u.a. bezogen auf körperliche Aktivität, Ernährung, Umfeldveränderung, Anwendung Gesundheitsprodukte)	▪telemedizinische Nachbetreuung, wenn durch den Leistungsanbieter bereitgestellt

HINWEIS: Diese Service-Standards gelten für Präventionsangebote - über die allgemeinen Standards, vgl. S.15, hinaus – zusätzlich.

© 2010 PROJECT M GmbH

3.2 Qualitätszirkel

Bei Zweifeln an der Qualität von Angeboten werden zwei Gremien zur Qualitätssicherung konstituiert:

- **Qualitätszirkel:** Die medizinisch-psychologischen Experten erteilen eine schriftliche Stellungnahme bei Zweifeln an der medizinisch-therapeutischen Unbedenklichkeit von Anwendungen. Das Gremium wird aus regional unabhängigen Experten zusammengesetzt.
- **Kommission der Touristiker:** Die Touristiker bewerten vor-Ort die Qualität der angebotenen Leistung des Gastgewerbes, sollte ein Zweifel an der touristischen Qualität des Angebots vorliegen.

Beide Gremien haben die Befugnis, inadäquate Angebote trotz der formalen Erfüllung der Standards aus dem Marketing der GLV auszuschließen.

Im Betrieb des Kompetenzzentrums der GLV wird eine permanente Kundenbefragung durchgeführt. Dabei wird ein Anlass für die Rückmeldung eventueller Qualitätsmängel geschaffen. Die Auswertung wird durch das Kompetenzzentrum vorgenommen und entsprechend einem aktiven Beschwerdemanagement mit den Leistungsanbietern bearbeitet.

© 2010 PROJECT M GmbH

4. Leitprojekte und Maßnahmen

Ziel der Umsetzung des Produkt- und Qualitätskonzepts ist die Entwicklung von nachfragegerechten und markenkonformen Produkten und Services der GLV sowie der Qualitätssicherung. Diese sollen zur Markteinführung im April/Mai 2010 zur Verfügung stehen.

Ziel der weiteren Arbeit ist es, die Produktentwicklung in der GLV zu unterstützen. Entscheidend ist, dass private Anbieter das eigene Angebot im Rahmen von Produkten entwickeln.

Das Vorgehen zur Umsetzung des Produkt- und Qualitätskonzepts gliedert sich in insgesamt drei Leitprojekte:

- Leitprojekt 1: Aufbau eines Qualitätszirkels (nebenstehend beschrieben)
- Leitprojekt 2: Systematische Produktentwicklung
- Leitprojekt 3: Besucherlenkungs- und Leitsystem „Gesund in Natur und Landschaft“

Leitprojekt 2 und 3 werden jeweils durch Einzelmaßnahmen aufgegliedert auf den folgenden Seiten dargestellt.

Leitprojekt 1:

PROJECT M — Leitprojekt 1: Aufbau Qualitätszirkel

Leitprojekt 1: Expertengremium für den Zweifelsfall an der medizinisch-therapeutischen Qualität von Angeboten.

A Ziele/Gegenstand

- Aufbau einer von regionalen Interessen unabhängigen Qualitätssicherung
- Schriftliche Stellungnahmen zur medizinisch-therapeutischen Unbedenklichkeit von Produkten/Angeboten
- Vor-Ort Kommission für die Sicherung touristischer Qualität

B Vorgehen

Umsetzung im Rahmen des Dienstleistungsauftrags „Anschub Kompetenzzentrum“:

- Akquisition von Experten (Vorschlag: (Präventiv-) medizinische und psychologische Experten)
- Erstellen einer Vorlage für schriftliche Stellungnahmen über die medizinisch-therapeutische Unbedenklichkeit von Produkten/Angeboten
- Konsultation im Zweifel an der medizinisch-therapeutischen oder touristischen Qualität von Angeboten

C Hinweise zur Umsetzung

Zeit: kurzfristig (Vor Beginn des Marketings April/Mai 2011); Umsetzung erfolgt im Rahmen des Aufbaus des Kompetenzzentrums)
Zuständigkeit: Verbandsgemeinden/GbR (externer Dienstleister)

© 2010 PROJECT M GmbH, Stuttgart Gesundheitslandschaft Vulkaneifel 29

Leitprojekt 2:

PROJECT M — Leitprojekt 2: Vorbereitende Produktentwicklung

Das Leitprojekt 2 „Vorbereitende Produktentwicklung“ wird in die Aufbauleistungen des Kompetenzzentrums integriert.

A Ziele/Gegenstand

- Entwicklung von mustergültigen Produkten
- Vorbereitung des laufenden Betriebs des Kompetenz-zentrums

B Vorgehen

- Integration der Maßnahmen („Entwicklung von Pilotangeboten“, „Leitfaden für Produktentwicklung“, „Veranstaltungen zur Produktentwicklung“) in das Leitprojekt „Aufbau Kompetenzzentrum“
- Die Umsetzung der Maßnahmen erfolgt durch den beauftragten externen Dienstleister.

→ Maßnahmenbeschreibung nebenstehend

C Hinweise zur Umsetzung

Zeit: Umsetzung erfolgt bis zum Start des Marketing, Zeitraum der Umsetzung daher 2010 bis April/Mai 2011

Zuständigkeit : Verbandsgemeinden/GbR

© 2010 PROJECT M GmbH, Stuttgart

In folgende Maßnahmenteile gliedert sich Leitprojekt 2:

- M 1: Vorbereitende Produktentwicklung: Entwicklung von 25 mustergültigen Produkten für die Vermarktung der GLV (Bündelung der Leistungen entsprechend der Angebotssegmente, konkrete Bearbeitung der Kooperationsbedingungen (Verfügbarkeit der Leistung, Preis etc.), individuelle Betreuung von Betrieben
- M 2: Leitfaden für Produktentwicklung
  - Ausarbeitung eines Leitfadens auf Basis des Produkt- und Qualitätskonzepts
  - Fortsetzung und Detaillierung der Angebotsübersicht (Erst-Erfassung von 78 Angebotsprofilen im Rahmen des Entwicklungskonzepts); Einstellung ins Internet
- M3: Veranstaltungen zur Produktentwicklung: Durchführung von z.B. Marktplatz-Veranstaltungen sowie einer Veranstaltung „Innovationen im Gesundheitstourismus“, hierzu Involvierung interner und externer Kompetenz

© 2010 PROJECT M GmbH

Leitprojekt 3:

PROJECT M — Leitprojekt 3 : Besucherlenkungs- und Informationssystem

Leitprojekt 3 „Besucherlenkungs- und Informationssystem „Gesund in Natur und Landschaft“ – Hinweise zum Vorgehen und zur Umsetzung

A Ziele

- Verortung tourismus-relevanter Informationen
- Orientierungs-service für Gäste

B Vorgehen

- Initialisierung des Leitprojekts durch Eifel Tourismus GmbH (Voraussetzung für die weitere Projektentwicklung)
- Detaillierung der Planung und Kostenkalkulation
- Projektskizze und Beantragung der Maßnahme „Aufbau gesundheitsfördernder Services“ (M4) unter Voraussetzung der Umsetzung des Leitprojekts
- Maßnahmenbeschreibung, siehe vorangehende Ausführung (S. 27,28)

C Hinweise zur Umsetzung

Zeit: Zeithorizont gegenwärtig nicht zu bestimmen. Die Umsetzung bis 2013 ist angestrebt.
Zuständigkeit: EIFEL Tourismus GmbH, Verbandsgemeinden/GbR (Beantragung von M 4)

© 2010 PROJECT M GmbH, Stuttgart

In folgende Maßnahmenteile gliedert sich Leitprojekt 3:

- M 1: Geographisches Informationssystem (GIS) auf Ebene der EIFEL
  - Verortung (Digitalisierung) von tourismusrelevanten Informationen (Wege, Gastronomie, Beherbergung, Einrichtungen, Angebote, Veranstaltungen, Services etc.)
  - Entwicklung verschiedener Gästeservices möglich, z. B. Anzeige vorhandener Unterkünfte, Routenplaner Eifelblicke, kinderfreundliche Karte, Audioguide etc.
- M 2: Geo-Referenzierung von Angeboten der GLV
  - Einstellung von gesundheitsfördernden Angeboten (Infrastruktur: Rad- und Wanderwege/ gesundheitsorientierte Wege, Kurparke, Einrichtungen etc., Angebote: Medical Checkups etc., Services der GLV) in das GIS, ggf. Beauftragung von Experten zur Bewertung und weiteren systematischen Erfassung
  - Erfassung von Orten mit besonderen entschleunigenden Eigenschaften (hierzu: Durchführung eines Wettbewerbs)

© 2010 PROJECT M GmbH

- M 3: Aktualisierung und Qualitätssicherung : Kontinuierliche Nacherfassung und textliche Weiterentwicklung der Inhalte, Vollständige Überarbeitung der Inhalte nach fünf Jahren
- M 4: Entwicklung von gesundheits-/markenbezogenen Services
  - Aufbau gesundheitsfördernder Services:
    - Anleitung für die Nutzung der therapeutischen Wege (Audioguide)
    - Tourenempfehlung gesundheitsförderndes Wandern/Radfahren, z.B. in Verbindung mit Biowetter
    - Einrichtung Gesundheits-Checkup-Stationen mit Leihmöglichkeit von Pulsmessgeräten und weiteren medizintechnischen Geräten zur mobilen Anwendung
    - Entwicklung von zielgruppengerechten Tourenempfehlungen und Angebotsclustern
  - Bereitstellung der Inhalte per Computer, Entwicklung Smartphone App., Anschaffung von leihbaren Endgeräten

© 2010 PROJECT M GmbH