

Ergebnisdokumentation Umsetzungsworkshop Gesundheitstourismus in Rheinland-Pfalz

Datum:	08.05.2008
Ort:	Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau
Teilnehmer:	siehe Anhang
Beginn:	09:30
Ende:	18.30

EINORDNUNG UND VERLAUF DES WORKSHOPS

Als dritte Veranstaltung der Workshopreihe „Gesundheitstourismus in Rheinland-Pfalz“ dient der Umsetzungsworkshop - aufbauend auf den Ergebnissen des Auftaktworkshops in Bad Kreuznach und des Leitlinienworkshops in Bad Neuenahr - dazu, die Leitlinien für die Neuausrichtung des Gesundheitstourismus in Rheinland-Pfalz final abzustimmen und die weitere Vorgehensweise im Detail zu planen. Der Umsetzungsworkshop wurde vor dem Hintergrund der erforderlichen Detailarbeiten nach den beiden breit angelegten ersten Workshops in einem kleineren und gezielt definierten Kreis durchgeführt. In der abschließenden Veranstaltung am 18.06.2008 sollen die Ergebnisse des Umsetzungsworkshops einer breiten Fachöffentlichkeit vorgestellt werden.

Der Workshop ist wie folgt gegliedert:

- Teil 1: Nachlese zum Leitlinienworkshop, Feedback zur Dokumentation
- Teil 2: Diskussion und Verabschiedung der grundsätzlichen Leitlinien
- Teil 3: Erarbeitung des Umsetzungsprozesses, incl. Analyseplan „Markt- und Potenzialanalyse“
- Teil 4: Festlegung der weiteren Vorgehensweise

TEIL 1: FEEDBACK ZUM LEITLINIENWORKSHOP

In einer strukturierten Feedback-Runde aller Teilnehmer ergeben sich folgende Hinweise zum Leitlinienworkshop und zur Dokumentation:

a. Hinweise zum Leitlinienworkshop

- Der unmittelbare praktische Nutzen und die Machbarkeit aus betrieblicher Sicht muss herausgearbeitet werden. Insbesondere im Leitlinien-Workshop kamen diese beiden Aspekte zu kurz.
- Die Heterogenität der TeilnehmerInnen der beiden Workshops erschwerte eine fachlich fundierte, zielgerichtete und sehr spezialisierte Diskussion.

b. Hinweise zu den erarbeiteten Leitlinien

- Unter Verweis auf die „Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2015“ und den „Masterplan Gesundheitswirtschaft“ der „Gesundheitsinitiative Rheinland-Pfalz“ wird darauf verwiesen, dass die Befassung nur mit dem Thema „Mentale Gesundheit“ zu eng gefasst ist. Es bedarf u.a. insbesondere der Berücksichtigung der Themenfelder „Prävention“ und „Medical Wellness“.
- Die gesundheitstouristische Neuausrichtung Rheinland-Pfalz` muss die Grundkompetenzen des Landes (Lebensfreude, Genuss etc.) aufnehmen.
- Die verwendeten Begrifflichkeiten müssen klarer definiert und abgegrenzt werden. Insbesondere die Begriff „Mentale Gesundheit“ und „Entschleunigung“ werden als schwierig angesehen. Es bedarf daher der Herstellung einheitlicher, und klar verständlicher, bereinigter Begrifflichkeiten.

c. Hinweise zur weiteren Vorgehensweise

- Alle TeilnehmerInnen sind sich einig, dass für die Ausarbeitung der Strategie eine auf die Erfassung der Nachfrage, des Wettbewerbs und der Potenziale von Rheinland-Pfalz ausgerichtete Marktforschung erforderlich ist. Diese darf nicht zu breit angelegt sein, sondern muss sich speziell mit zugespitzt definierten Aufgabenstellungen befassen.

TEIL 2: DISKUSSION UND VERABSCHIEDUNG DER GRUNDSÄTZLICHEN LEITLINIEN

Hinweis: Die Dokumentation der geführten Diskussion wird anhand des vorgelegten Leitlinienentwurfs vom 04.05.2008 vorgenommen.

Teil A. „Veränderte Markt- und Rahmenbedingungen“

- Korrektur: „... die notwendige Umorientierung der Heilbäder und Kurorte trifft alle rheinland-pfälzischen Bäder.“
- Ergänzung zur Tourismusstrategie

Teil B. „Gute Potenziale für den Gesundheitstourismus“

- Präzisierung der Imagekomponenten des Landes:
- gesundheitstouristisch attraktives Reiseland mit Genussfaktor (Wein, Wasser, attraktive Landschaften)

Teil C. „Salutogenese“ als Leitgedanke der Neuausrichtung“

- Ergänzung einiger Hinweise zur Vervollständigung des Verständnisses von „Salutogenese“ (siehe aktualisierter) Leitlinienentwurf

Teil D. „Qualität als oberste Maxime“

Rund um diesen Teil des Leitbildes vollzieht sich eine intensive Diskussion um die zukünftige Marktbearbeitung im Gesundheitstourismus in Rheinland-Pfalz. Hierbei werden folgende Festlegungen getroffen:

- **Medizinische Angebote** entsprechen nur dann dem salutogenetischen Ansatz der Neuausrichtung, wenn sie gesundheitstouristische Kompetenzen integrieren, z.B. über eine vernetzte Angebotsgestaltung einer Klinik mit touristischen Anbietern in einem Kurort. Rein medizinische Angebote ohne diese Voraussetzung werden nicht vermarktet.
- **Wellnessangebote** sind an die Wellnesshotellerie, oft nach definierten Kriterien qualitätsgesichert, gebunden. Sie entsprechen aufgrund ihrer oftmals eindimensional ausgerichteten Angebotsgestaltung auf körperbetonte Anwendungen, der fehlenden Nachhaltigkeit und Ganzheitlichkeit sowie der mangelnden medizinisch-gesundheitlichen Skalierbarkeit nicht dem salutogenetischen Ansatz der Neuausrichtung.
- **Angebote des „sanften Sports“** (Wandern, Laufen & Walken, Radfahren etc.), bei denen die primäre Motivation des Gastes nicht gesundheitstouristisch ist, werden von einer gesundheitstouristischen Marktbearbeitung abgegrenzt. Sobald die Reisemotivation gesundheitstouristisch ist, können Angebote des „sanften Sports“, mit medizinisch-gesundheitlichen Angebotsbausteinen kombiniert, ein gesundheitstouristisches Angebot im Sinne der Neuausrichtung darstellen. Hierbei müssen sie später im Detail zu definierenden gesundheitstouristischen Qualitätskriterien genügen (Hinweis: Erforderlich ist die Verfügbarkeit medizinisch-gesundheitlicher Qualitätsstandards in einem für den Gast unmittelbar erreichbaren Umfeld (Poolbildung)).
- **Kurorte und Heilbäder:** In diesem Bereich erfolgen diverse Festlegungen:
 - Kurorten und Heilbädern, die die Prädikatisierungskriterien nicht erfüllen, wird das Prädikat nach einer bestimmten Nachbesserungsfrist zur Qualitätsverbesserung aberkannt.
 - Die Qualitätsverbesserung aller Kurorte wird von Landesseite aktiv unterstützt, vorausgesetzt, der Ort legt innerhalb einer begrenzten Frist (Hinweis: diese Frist ist noch festzulegen) ein klares Konzept mit Bindung an die gesundheitstouristische Neuausrichtung des Landes vor und setzt dieses nachweislich um. Unterbleiben Konzeptvorlage und Umsetzung, werden die jeweiligen Orte nicht prioritär gefördert.
 - Das Prädikat von Kurorten und Heilbädern wird als grundlegender „Führerschein“ definiert, der jedoch noch nicht die automatische Qualifikation für die gesundheitstouristische Angebotsgestaltung und Vermarktung im Sinne der Neuausrichtung des Gesundheitstourismus in Rheinland-Pfalz umfasst. Diese Qualifikation ist nach anderen und erweiterten Qualitätskriterien, die zu einem späteren Zeitpunkt zu entwickeln sind, definiert.

- Ob Angebote, die „auf der grünen Wiese“ entstehen, gegenüber solchen in Heilbädern und Kurorten in der gesundheitstouristischen Neuausrichtung gleichgestellt werden sollen oder nicht, soll aus Kundenperspektive und daher im Zuge der durchzuführenden Marktforschung geklärt werden.

Nachrichtlicher Hinweis: Die beschriebenen Festlegungen dienen vor allem als Grundlage für die noch weiter auszuarbeitende Detailstrategie und Marktbearbeitung. Sie wurden bislang nicht in die Leitlinien zur Neuausrichtung integriert, um zu vermeiden, mit Negativabgrenzungen zu arbeiten. Statt dessen wurde mit positiven Abgrenzungen gearbeitet, indem grundlegende Hinweise für das zu entwickelnde Qualitätssystem beschrieben wurden (Nachhaltigkeit, Ganzheitlichkeit, salutogenetischer Ansatz).

Teil E. „Prävention und Medical Wellness auf medizinischer Grundlage - „Entschleunigung“ als leichtere Formen des Gesundheitsurlaubs“

Dieser Teil des Leitbildes ist ebenfalls Gegenstand intensiver Diskussionen, die sich vor allem auf die Abgrenzung verschiedener Begrifflichkeiten beziehen. Folgende Festlegungen werden getroffen:

- **Definition „Wellness“:** „Wellness zielt auf Wohlbefinden, Spaß und eine gute körperliche Verfassung ab. Wellness umfasst Methoden und Anwendungen, die das körperliche, geistige und seelische Wohlbefinden steigern.“
- **Definition „Prävention“:** „Prävention umfasst sämtliche gesundheitswissenschaftlich begleiteten Maßnahmen zur Gesundheitsförderung. Hierbei richtet sich Primärprävention an noch symptomlose Personen. Sie dient der Vermeidung oder Vorbeugung von Krankheiten oder gesundheitsschädigendem Verhalten. Sekundärprävention dient der Verbesserung der Gesundheitssituation nach Früherkennung von Risiken oder Erkrankungen auf Basis einer medizinisch-fachlichen Diagnose. Sie richtet sich an Risikogruppen ohne Symptome oder Personen mit (frühen) Symptomen. Tertiärprävention bezieht sich auf Personen mit bestehender Krankheit oder Behinderung. Hierbei geht es um die positive Beeinflussung oder Besserung des Krankheitsverlaufs und die Vermeidung von Rückfällen oder Folgeschäden.“
- **Definition „Medical Wellness“:** "Medical Wellness beinhaltet gesundheitswissenschaftlich begleitete Maßnahmen zur nachhaltigen Verbesserung der Lebensqualität und des subjektiven Gesundheitsempfindens durch eigenverantwortliche Prävention und Gesundheitsförderung sowie der Motivation zu einem gesundheitsbewussten Lebensstil“ (→ 1. Deutschen Medical-Wellness- Kongress, Januar 2007, Berlin). *Ergänzender Hinweis: Damit lässt sich Medical Wellness als tourismusspezifische Interpretation des Präventionsbegriffs verstehen.*
- **Definition „Mentale Wellness“:** „Mentale Wellness stellt eine spezifische Ausformung des Medical Wellness-Begriffs dar. Mentale Wellness bezeichnet das Wohlbefinden, die Lebenszufriedenheit und die Belastbarkeit, die eine gesunde seelische und geistige Verfassung einschließen.“ *Ergänzender Hinweis: Nur diejenigen Angebote werden unter Mentale Wellness gefasst, die gesundheitswissenschaftlich validiert sind.*
- **Definition „Entschleunigung“:** „Mit Entschleunigung wird ein Verhalten beschrieben, aktiv der beruflichen und privaten „Beschleunigung“ des Lebens entgegenzusteuern, d.h. Stress abzubauen, wieder langsamer zu werden oder sogar zur Langsamkeit zurückzukehren.“ *Ergänzender Hinweis: Mit dieser Begriffsdefinition wird „Entschleunigung“ nicht als eigenständige Angebotsform, ähnlich Medical Wellness oder Mentale Wellness verstanden. Vielmehr handelt es sich um einen Marketingbegriff, der als Sammelbecken für eine Vielfalt ge-*

sundheitswissenschaftlich abgesicherter, jedoch auch nicht entsprechend abgesicherter Angebote heran gezogen werden kann.

Nachrichtlicher Hinweis: Die erarbeiteten Begriffsdefinitionen und die sich hieraus ergebenden Konsequenzen wurden in das Leitbild integriert. In den Leitbildabschnitten „Mentale Gesundheit als Profilierungsthema“, „Nachfragegerechte Marktbearbeitung“ und „Strukturen und Prozesse zur Umsetzung“ wurden ebenfalls entsprechende Anpassungen vorgenommen:

- *Der Begriff „Mentale Gesundheit“ wurde durch den Begriff „Mentale Wellness“ ersetzt.*
- *„Entschleunigung“ wurde nicht weiter als eigenständiges Angebotssegment definiert.*
- *Der Aufbau und die Qualifizierung von Netzwerken und Dienstleistungsketten („Pool von Gesundheitsdienstleistern“) auf lokaler und regionaler Ebene wurde ergänzt.*

Das auf dieser Basis modifizierte Leitbild findet sich in Anlage 1 zur Dokumentation.

Nach eingehender Diskussion einigen sich die TeilnehmerInnen auf folgende graphische Darstellung der gesundheitstouristischen Neuausrichtung von Rheinland-Pfalz:

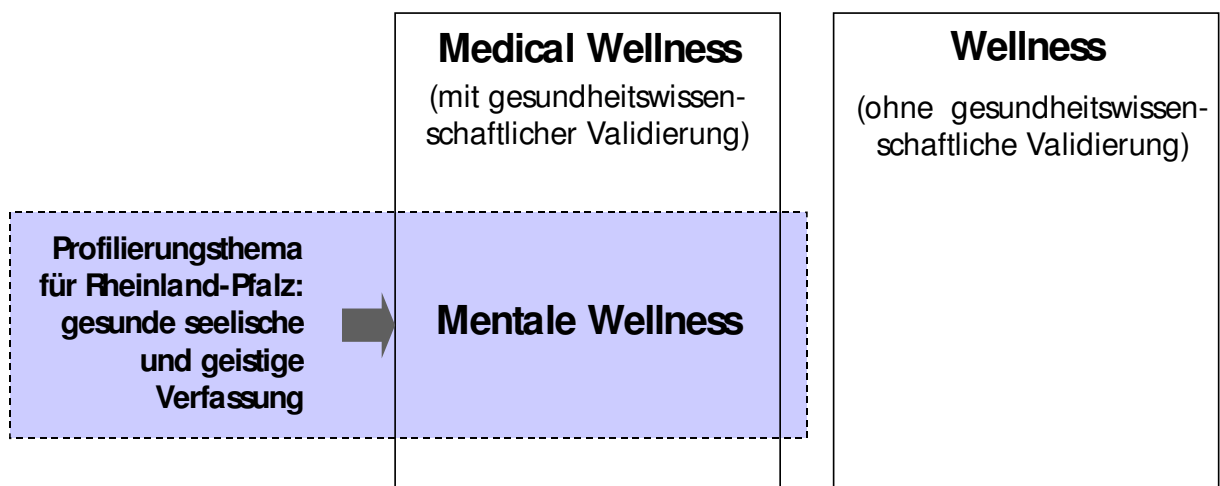


Abbildung 1: Gesundheitstouristische Neuausrichtung von Rheinland-Pfalz

TEIL 3: UMSETZUNGSPROZESS INCL. ANALYSEPLAN „MARKT- UND POTENZIALANALYSE“

PROJECT M legt ein Konzept für den „Prozess zur Neuausrichtung des Gesundheitstourismus in Rheinland-Pfalz“ vor nebst einem groben Briefing für die Analysephase vor. Der Vorschlag findet sich in Anlage 2 zur Dokumentation.

a. Hinweise zur Zeit- und Ablaufplanung

- Die Zeit- und Ablaufplanung wird in ihren Grundzügen bestätigt.
- Die TeilnehmerInnen machen deutlich, dass bei der Veranstaltung am 18.06.2008 bereits ein abschließend durchdachter Ablaufplan und eine möglichst konkrete und mit Beispielen unterlegte Konzeption präsentiert werden sollte.

- Kosten- und Finanzierungsplanung sowie Budgetierung soll im Rahmen des Arbeitsschrittes „Detailkonzeption“ erfolgen.
- Der Arbeitsschritt „Strategieplanung“ soll in „Detailkonzeption“ umbenannt werden.
- Es erfolgt ein regelmäßiges Reporting über erkennbare Arbeitsfortschritte.
- Bereits am 18.06.2008 soll die Benennung der Expertenrunde erfolgen (nicht namentlich, lediglich in Funktion)

b. Hinweise zur Analysephase

Das Briefing für die Analysephase soll weiter konkretisiert und im Hinblick auf den tatsächlichen Marktforschungsbedarf auf konkrete Fragestellungen herunter gebrochen werden.

Mit der Marktforschung (v.a. der Bestandsanalyse) soll möglichst zügig begonnen werden, um schnellstmöglich erste Ergebnisse für die weitere Arbeit der detaillierten Ausarbeitung der Strategie verwenden zu können.

TEIL 4: FESTLEGUNG DER WEITEREN VORGEHENSWEISE

Die TeilnehmerInnen verständigen sich darauf, die Leitlinien, den Zeit- und Ablaufplan sowie das Briefing für die Analysephase im Umlaufverfahren weiter abzustimmen. PROJECT M wird daher entsprechende Vorschläge über die Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH versenden.

Im anschließenden Feedback-Workshop am 18. Juni 2008 im Hotel Heinz, Hör-Grenzhausen von 10:00 Uhr bis 17:00 Uhr werden die Ergebnisse und die weitere Vorgehensweise vorgestellt.

Lüneburg, 16. Juni 2008
Cornelius Obier

PROJECT M GmbH
Vor dem Roten Tore 1
21335 Lüneburg
Tel. 04131- 7 89 62- 0
Fax 04131- 7 89 62- 29

E-Mail: cornelius.obier@projectm.de
www.projectm.de