



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie



Innovativer Gesundheitstourismus in Deutschland

Branchenreport „Medizintechnik und
Kommunikationstechnologie“

Inhaltsverzeichnis

1. Der „Neue Gesundheitstourismus“ im Überblick.....	3
2. Gesundheitstouristische Marktsituation der Medizintechnik und Kommunikationstechnologie.....	7
3. Handlungshilfen, Erfolgsfaktoren und Impulse für innovative Angebote	9
3.1 Medizintechnik	9
3.2 Kommunikationstechnologie.....	15
4. Fazit	20

1. Der „Neue Gesundheitstourismus“ im Überblick

Projekt „Innovativer Gesundheitstourismus in Deutschland“

Wie sehen erfolgreiche Angebote im Gesundheitstourismus aus? Welche Produkthanforderungen müssen Anbieter erfüllen? Welche Trends und Neuerungen gibt es, was sind Innovationen und wie lassen sich diese umsetzen? Welches sind die Erfolgsstrategien? Diese Fragen standen im Mittelpunkt des vom Deutschen Tourismusverband e. V. (DTV) initiierten und vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie geförderten Projektes „Innovativer Gesundheitstourismus in Deutschland“. Über 400 Hinweisen aus einer bundesweiten Veranstaltungsreihe, Experteninterviews und umfassenden Recherchen zu innovativen Ansätzen und Best Practices ist der DTV nachgegangen.

Die Ergebnisse wurden in einem **Leitfaden** zusammengefasst, der einen umfassenden Überblick zu den Projektergebnissen bietet. Vertiefend dazu wurden insgesamt sieben **Branchenreports** zu verschiedenen gesundheitstouristischen Anbietersegmenten verfasst.

→ Alle Informationen zum Projekt, zum Download des Leitfadens und der Branchenreports unter www.innovativer-gesundheitstourismus.de oder www.bmwi.de

Branchenreport „Gesundheitstourismus für Medizintechnik und Kommunikationstechnologie“

Ihnen stehen neben **dieser Ausgabe** mit speziell zugeschnittenen Informationen für **Medizintechnik und Kommunikationstechnologie** sechs weitere Branchenreports zu folgenden Themen zur Verfügung: „Kurorte und Heilbäder“, „Beherbergungsanbieter“, „Kliniken und Gesundheitszentren“, „Flächendestinationen“ sowie „Städtedestinationen“ und „Gesundheitsregionen und Gesundheitsinitiativen“.

Neben einer einführenden Beschreibung der Marktsituation mit Blick auf den Status quo und auf zukünftige Entwicklungen stehen den interessierten Fachlesern Praxisbeispiele, Checklisten und Handlungsempfehlungen für die jeweiligen Segmente zur Verfügung. Eine Auswahl innovativer Ansätze, guter Beispiele und Hintergründe soll Orientierung bieten, interessante Impulse für die eigene Marktbearbeitung geben und wichtige Erfolgsfaktoren aufzeigen.

Neue Nachfrageformen, technischer Fortschritt und Kooperationen – der Zukunftsmarkt Gesundheitstourismus bietet vielfältige Chancen für die Anbieter aus Tourismus und Gesundheitswirtschaft. Die Markt- und Trendforscher bescheinigen dem Gesundheitstourismus in den nächsten Jahren einen klaren Bedeutungszuwachs (vgl. Leitfaden S. 11). Immer mehr Menschen sind bereit, auch im Urlaub etwas für ihre Gesundheit zu tun. Der demographische Wandel, wachsendes Gesundheitsbewusstsein und Wertewandel, neue Altersanforderungen, Lebensstile, Bedürfnislagen und Indikationen aber auch der Einsatz neuer Technologien – für Anbieter aus Tourismus und Gesundheitswirtschaft ergeben sich zahlreiche Möglichkeiten der Angebotsgestaltung und Spezialisierung. Was sind die wichtigsten Treiber für die Entwicklung des „Neuen Gesundheitstourismus“?

1 Neue Zielgruppen und neue Bedürfnisse durch den demographischen Wandel

Der demographische Wandel bietet Chancen, erfordert aber auch im Gesundheitstourismus ein Umdenken. Barrierefreiheit und eine medizinisch-therapeutische Grundsicherung am Urlaubsort sind nur einige Beispiele, um sich auf die älter werdende Zielgruppe einzustellen. Aufgrund von Mobilitätseinschränkungen oder chronischen Krankheiten will man in Zukunft nicht auf den Urlaub verzichten müssen. Das heißt spezielle Service- und Komfortleistungen stellen besondere Ansprüche der älteren Zielgruppe dar, die sich in der gesamten Dienstleistungskette widerspiegeln sollten. Aber auch zielgerichtete Präventionsangebote für „Better Aging“ und Programme, die die besonderen Bedürfnislagen bei alterstypischen

Erkrankungen in einem urlaubstypischen Ambiente berücksichtigen, haben gute Chancen.

Nicht nur ältere Menschen nutzen künftig gesundheitstouristische Angebote. Neue Nachfrage entsteht mit großer Dynamik auch durch jüngere, mitten im Arbeitsleben stehenden Menschen mit hohen Anforderungen im privaten und beruflichen Lebensumfeld. Stressprävention wird gerade für wertschöpfungsstarke und jüngere Nachfragesegmente immer bedeutsamer.

2 Gesundheit wird zum Lifestyle

Die Deutschen sind sich zunehmend bewusst, dass sie selbst für ihre Gesundheit verantwortlich sind und eine Eigenvorsorge persönlich lohnend ist. Mehr Eigenverantwortung für die Gesundheit ergibt sich dabei nicht nur aus dem stetigen Rückzug der Sozialversicherungsträger. Immer mehr Menschen fördern aktiv eine gesunde Lebensweise – auch im Urlaub. „Soft Health“, die Durchdringung gesundheitlicher Aspekte in fast allen Wirtschafts- und Lebensbereichen, hält Einzug in den Tourismus. Der Wunsch zum Erhalt der physischen und psychischen Leistungsfähigkeit äußert sich auch in neuen konkreten Produkten, die sich beispielsweise um mentale Gesundheit, Selfness und innere Balance oder Ernährungsurlaube drehen. Klassische Erholungsformen wie Wandern und Radfahren werden zudem mit nachweislich gesundheitlichen Mehrwerten aufgeladen.

3 Neue Rahmenbedingungen durch Öffnung der Marktstrukturen

In der Vergangenheit war der Gesundheitstourismus in Deutschland vor allem von kurativen Aufenthalten in prädikatisierten Kurorten und Heilbädern geprägt. Im Zuge der Veränderungen im Gesundheitswesen haben sich die Rahmenbedingungen inzwischen aber grundlegend geändert. Durch den Rückzug der Sozialversicherungsträger werden die einstmals marktprägenden, kurfokussierten Anbieter zur Neuausrichtung angeregt. Gleichzeitig wird der Weg frei für neue Anbieter. Diese partizipieren nicht nur am gesundheitstouristischen Markt, sondern prägen diesen durch innovative, zielgruppenscharfe Angebotsformen und neue Vertriebswege.

4 Innovationen und neue Kooperationen auf Anbieterseite

Neue Möglichkeiten können sich zudem durch den Einsatz neuer Technologien im Gesundheitstourismus ergeben: Präventivdiagnostik mittels Hightech Check-ups, Einsatz von Telemedizin, Nachbetreuung gesundheitstouristischer Aufenthalte am Wohnort. Angetrieben von der medizinischen und technologischen Entwicklung entstehen innovative Angebotsformen. Neue, einfache und preisgünstige Diagnose- und Behandlungsformen (zum Beispiel mit Einsatz von Sensoren) ermöglichen massentaugliche Produkte im Präventionsmarkt. Online-Coaching-Instrumente ergeben beispielsweise gänzlich neue Formen des Dialogmarketings und der Kundenbindung. Die Möglichkeiten zum unterstützenden Einsatz von Telekommunikation bei Präventionsangeboten in den Bereichen Stressmanagement, Ernährung oder Bewegung sind noch längst nicht ausgeschöpft.

Zukunftsmarkt Gesundheitstourismus – Angebotspotenziale

Günstige Rahmenbedingungen und neue Nachfragepotenziale bedeuten jedoch nicht automatisches Wachstum. Der Markt steht derzeit an der Schwelle zu einem „Neuen Gesundheitstourismus“, der zunehmend an Fahrt gewinnt. Neben selbstzahlerorientierten Angeboten ist vor dem Hintergrund demographischer Wandel und Fachkräftemangel auch das betriebliche Gesundheitsmanagement als Chance für den Gesundheitstourismus zu nennen.

Die Ergebnisse des Projektes „Innovativer Gesundheitstourismus in Deutschland“ haben zwar gezeigt: Viele Anbieter und Kooperationen bearbeiten den Markt bereits erfolgreich. Deutlich wurde aber auch, dass sich der „Neue Gesundheitstourismus“ insgesamt noch in einer frühen Marktphase befindet. Tourismus und Gesundheitswirtschaft fangen erst an, Synergien systematisch zu nutzen.

Doch in welchen konkreten Bereichen lassen sich gesundheitstouristische Angebote entwickeln und erfolgreich am Markt platzieren? Generell lässt sich der Gesundheitstourismus drei verschiedenen Ausrichtungen zuordnen (vgl. Infobox). Neben klassischen

Projekt „Innovativer Gesundheitstourismus in Deutschland“

Gesundheitstourismus i.w.S.	Beispiele	Motivation und Ziel
1 Urlaub für gesunde Personengruppen mit gesundheitlichen Mehrwerten	<ul style="list-style-type: none"> → Familienurlaub an der See (Abhärtung, Reizklima) → Wellness- und Genussurlaub → Aktiv- und Sporturlaub 	<ul style="list-style-type: none"> → klassische Urlaubsmotivation → keine primäre gesundheitliche Zielsetzung → Gesundheit als Mehrwert
2 Urlaub für gesundheitlich eingeschränkte Personengruppen	<ul style="list-style-type: none"> → barrierefreier Urlaub für Personen mit Mobilitätseinschränkungen → betreuter Urlaub für chronisch Kranke und Angehörige 	<ul style="list-style-type: none"> → klassische Urlaubsmotivation → spezialisierte gesundheitliche Versorgung am Urlaubsort entsprechend Einschränkung
3 Primär gesundheitsorientierte Reiseformen bzw. Angebotssparten	<p>Ohne Indikation:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Primärprävention → Leistungsfähigkeit → Attraktivität <p>Indikationsbezogen:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Sekundär- und Tertiärprävention → Rehabilitation → Heilung und Linderung 	<ul style="list-style-type: none"> → klar definierte medizinisch-therapeutisch geprägte Motivation und Zielsetzung

Quelle: PROJECT M & KECK MEDICAL 2011

→ Ausführliche Informationen zu den verschiedenen gesundheitsorientierten Reiseformen finden Sie im Leitfaden „Innovativer Gesundheitstourismus in Deutschland“ unter www.innovativer-gesundheitstourismus.de oder www.bmwi.de

Erholungsreisen, die mit gesundheitstouristischen Elementen aufgeladen sind und sich an gesunde Personen richten (1), zählen auch Urlaubsangebote für gesundheitlich eingeschränkte Personengruppen (2) zum Gesundheitsurlaub im weiteren Sinne. Beide Formen versprechen gesundheitliche Mehrwerte für den Gast ohne vorrangig auf Gesundheitsförderung bzw. Gesundheitserhaltung ausgerichtet zu sein. Den Kernbereich des Gesundheitstourismus stellen die primär gesundheitsorientierten Reiseformen bzw. Angebotssparten (3) dar. Ihnen liegen klar definierte medizinisch-therapeutische Ziele zu Grunde. Aus dem Spektrum der gesundheitstouristischen Ausrichtungen ergibt sich eine Vielzahl an Möglichkeiten für die Entwicklung und Platzierung von Angeboten.

Am Markt für Gesundheitstourismus gewinnt der medizinische Aspekt zusehends an Bedeutung – die Nachfrage wird vielfältiger und differenzierter, eine stärkere Indikations-, Bedürfnis- und Nutzenorientierung der Kunden ist zu beobachten. Für Anbieter ergeben sich hieraus gute Chancen zur Spezialisie-

rung insbesondere für den Gesundheitstourismus im engeren Sinne, der mit primär gesundheitsorientierten Reiseformen (3) beschrieben werden kann. Dazu zählen:

- **indikationsunabhängige Angebotssparten** – richten sich an gesunde Personen und zielen auf die Erhaltung der Gesundheit und Leistungsfähigkeit ab
 - Primärprävention mit den Zielen der Krankheitsvermeidung, Gesundheitserhaltung und dem Aufbau von Kompetenzen für eine gesundheitsfördernde Lebensweise
 - Erhöhung der Leistungsfähigkeit
 - Erhöhung der Attraktivität
- **indikationsbezogene Angebotssparten** – richten sich an Personen, bei denen ein gesundheitliches Problem bzw. eine Diagnose bereits vorliegt

- Sekundär- und Tertiärprävention mit dem Ziel der Früherkennung, der Verhinderung der Verschlimmerung oder des Wiederauftretens einer Erkrankung
- Rehabilitation zur Wiederherstellung der Gesundheit
- Behandlungen von Erkrankungen zur Heilung und Linderung

Welche Merkmale kennzeichnen den „Neuen Gesundheitstourismus“? Dieser...

- gehört künftig zum **Angebot jeder Urlaubsdestination** – Sicherheit, Komfort und Barrierefreiheit gewinnen vor allem bei der wachsenden Zielgruppe der Älteren an Bedeutung und werden als wichtige Angebotsbestandteile nachgefragt.
- wird zunehmend **differenzierter** – für Anbieter ergeben sich zahlreiche Möglichkeiten der Spezialisierung auf Subthemen und für die Ausbildung von Alleinstellungsmerkmalen (zum Beispiel nach Indikationen).
- ist zunehmend **medizinisch-therapeutisch** abzusichern – messbare Ergebnisse und Wirkungsnachweise sind gefragt, reine Wohlfühlangebote verlieren zusehends an Bedeutung.
- wird **indikationsorientierter** – Primärprävention wird deutlich medizinischer und wird langfristig in ihrer Bedeutung von den indikationsbezogenen Angebotssparten der Sekundär- und Tertiärprävention abgelöst.
- wird **nachhaltiger** – Vorsorgeuntersuchungen, Gesundheitschecks sowie Coachingangebote mit dem Ziel der langfristigen Lebensstiländerung bzw. des Entgegenwirkens von Altersbeschwerden, -krankheiten und Attraktivitätsverlust werden immer bedeutender.
- fordert deshalb **neue Kombinationen und Paketangebote**, die über den Aufenthalt hinausgehen – gesundheitliche Mehrwerte aus dem Urlaub werden in das Wohnumfeld übertragen.
- braucht **starke Anbieternetzwerke** zwischen professionellen Gesundheitsdienstleistern und der Hotellerie, Fitnessanbietern und Ärzten etc., um den vielfältigen Anforderungen der Gäste gerecht werden zu können.
- benötigt **zielgruppenspezifische** Vertriebswege abseits der klassischen, touristischen Marketingkanäle – veränderte Interessenlagen und wandelndes Kommunikationsverhalten schaffen neue Orte der Kommunikation, die eine zielgerichtete Ansprache ermöglichen.

2. Gesundheitstouristische Marktsituation der Medizintechnik und Kommunikationstechnologie

Technik im Gesundheitstourismus

Es sind zwei grundsätzlich verschiedene Ansätze des Technikeinsatzes im Gesundheitstourismus zu unterscheiden:

- Medizintechnik, die als „Hightech“-Alleinstellungsmerkmal besondere diagnostische und/oder therapeutische Möglichkeiten eröffnet (zum Beispiel ein besonders leistungsfähiges Magnetresonanztomographiegerät) oder die, in einem einfacheren Rahmen, als Unterstützung im Gesundheitscoaching eingesetzt wird (zum Beispiel Biofeedback)
- Kommunikationstechnologie, über die gesundheitstouristisch orientierte Kommunikation abgewickelt wird (zum Beispiel Blog oder Fachforum) oder die gesundheitsorientierte Funktionalitäten bereitstellt (zum Beispiel Smartphone-Application, die durch Gesundheitswege navigiert und den individuellen Energieumsatz berechnet)

Beide Bereiche bieten erhebliche gesundheitstouristische Innovationsoptionen. Infolgedessen haben beide Bereiche bereits heute das Gesicht einiger gesundheitstouristischer Angebote und auch deren Vermarktung und Vertrieb grundlegend verändert. Der Veränderungsprozess hat jedoch erst begonnen und wird zukünftig weite Teile des Gesundheitstourismus neu definieren.

Marktsituation der Medizintechnik im Gesundheitstourismus

Gesundheits- bzw. medizintouristisch beworbene Großgeräte für Diagnose und/oder Therapie stehen in der Regel in Kliniken oder, falls es nur um Diagnos-

tik geht, auch in Präventionszentren. Die Anschaffung ist mit sehr hohen Investitionskosten verbunden und rechnet sich nur durch einen breitestmöglichen Einsatz. Gesundheits- bzw. Medizintouristen sind in diesem Rahmen willkommen.

Der alleinige Einsatz von medizintechnischen Großgeräten zum Beispiel im Kontext der Präventivmedizin bleibt in Deutschland aus diesem Grunde nur sehr wenigen großen Präventionszentren vorbehalten. Auch außerhalb der medizinischen Dienstleistungszentren werden im Gesundheitstourismus jedoch aus der Medizintechnologie abgeleitete Geräte benutzt. Häufiger eingesetzte Technologien sind Geräte zur Herzfrequenzmessung und Blutdruckmessung, die Körperkompositionsanalyse (Messung der Fett-, Muskel- und Wasseranteile des Körpers) und das Biofeedback (im Gesundheitstourismus überwiegend Messung des An- bzw. Spannungszustandes).

Marktsituation der Kommunikationstechnologie im Gesundheitstourismus

Die Nutzung des Internets, in frühen Zeiten nur des stationären, heute auch des **mobilen Internets**, hat die Kommunikation im und über den Gesundheitstourismus grundlegend verändert. Es ist zur Regel geworden, dass sich ein rasch wachsender und zahlungskräftiger Kundenkreis der vielfältigen Ebenen des Internets virtuos bedient und ein gesundheitstouristisches Angebot zunächst im Wesentlichen über seine Internetdarstellung beurteilt. Dazu gehören u.a. Filme, Life-Kameras, Onlinebuchungen und der Austausch über soziale Medien.

Die rasch zunehmende Verbreitung von **Smartphones** hat den Einsatz komplexer gesundheitsorientierter Technologien bereits für unzählige Menschen

Im Gesundheitstourismus lassen sich grundsätzlich zwei unterschiedliche technologische Ebenen unterscheiden:

1. Die Medizintechnologie der medizinischen Dienstleister (u.a. Bildgebung) und die aus der Medizintechnologie abgeleiteten vereinfachten Geräte (Körperkompositionsanalyse usw.) und die
2. Kommunikationstechnologie, die im Wesentlichen die verschiedenen Ausprägungen des stationären und mobilen Internets sowie gesundheitsorientierte Smartphone-Anwendungen umfasst.

zum Alltag werden lassen. Diabetiker führen ihre Dokumentation auf speziellen Applications und senden diese an ihren Arzt, Läufer dokumentieren per GPS ihre Laufstrecke und lassen parallel ihren Energieumsatz berechnen. Viele dieser Anwendungen kommen ursprünglich aus dem medizintechnischen Bereich und sind zwecks Alltagstauglichkeit modifiziert worden.

Häufig sind die Kunden den gesundheitstouristischen Anbietern technologisch voraus und bringen beispielsweise „ihre“ Sportapplication in die Aktivitäten am Urlaubsort selbst ein.

3. Handlungshilfen, Erfolgsfaktoren und Impulse für innovative Angebote

3.1 Medizintechnik

Medizintechnik im Rahmen diagnostischer und therapeutischer Prozesse im Medizintourismus

Kliniken und andere medizinisch-therapeutische Dienstleister können eine besondere diagnostische oder therapeutische Ausstattung als ein Alleinstellungsmerkmal im Rahmen ihrer medizintouristischen Angebote herausstellen.

Nicht nur medizinische Großgeräte sind dabei relevant, auch schon kleinere Geräte, beispielsweise zur Knochendichtemessung, können als ein differenzierendes Merkmal in einem Check-up-Angebot genutzt werden. In den folgenden Beispielen wird insbesondere deutlich, wie Diagnostik sinnvoll mit Coaching-Programmen verbunden werden kann.

Praxisbeispiele: Medizintechnik im Rahmen von Check-up-Angeboten

- „Mit Genuss gesund in die Zukunft“ in Bad Aibling, Integration der medizinischen Kompetenz von drei Fachkliniken über Vorsorgeuntersuchungen zu Schlaganfallrisiko, inneren Krankheiten (zum Beispiel Herz-Kreislauf) und Osteoporose (Knochendichtemessung), Kombination mit Bewegungsprogrammen. (www.aib-kur.de)
- AlpenMedHotel Lamm, Hotel mit Schwerpunkt Medical Wellness. Umfangreiches Angebot mit ärztlicher Betreuung umfasst u.a Belastungs-EKG, Back-Check, Ernährungsberatung, psychologische Gespräche, physiotherapeutische Funktionsanalyse, Bioimpedanzmessung sowie Pauschalen zu Gewichtsreduktion, Anti-Stress und Burn-out, Health Check, Medical Wellness, Personal Golf-Physio und Cryotherapie. Besonderheit: Golfspezifische Funktionsanalyse (sportartspezifische, physiotherapeutische Untersuchung, bei welcher etwaige muskuläre Dysbalancen festgestellt und darauf aufbauend Übungen entwickelt werden). (www.alpenmedhotel.com)
- Das Menschels Vitalresort in Bad Sobernheim ist ein 4-Sterne Gesundheitsresort mit eigener Therapie und Wellnessangeboten sowie integrierter Arztpraxis. Das Angebot reicht von Präventionsmaßnahmen, Akupunktur, speziellem Training gegen Burn-out bis hin zu medizinischen Check-ups, wie dem „Dr. Wolff Back-check“ zur Rückenanalyse für anschließendes Rückentraining. Schwerpunkte dieses Gesundheitshotels sind außerdem die Felke-Kur und das Heilfasten nach Buchinger. Des Weiteren bietet das Resort Beratung und Programme im Bereich Betriebliches Gesundheitsmanagement an. (www.menschel.com).
- Das Parkhotel Igls – Gesundheit im Zentrum ist ein Haus der gehobenen 4-Sterne Kategorie mit 51 Zimmern und Appartements und integriertem Gesundheitszentrum. TheMedGolf – Programm, das von einem Arzt, einem TheMedGolf-Instructor (Therapeut) und einem Golf-Professional betreut wird. Im Vordergrund steht die richtige Wirbelsäulen- und gelenkschonende Bewegung beim Golfschwung. TheMedGolf- Personaltraining und alle Golfstunden werden als Einzeltraining angeboten. Medical Check – neben der Basisdiagnose bietet das Parkhotel Igls ein umfangreiches Diagnostikmodul. Dieses Angebot richtet sich insbesondere an Personen, die im Rahmen einer persönlichen Standortbestimmung wichtige Funktionsabläufe ihres Organismus analysieren und mögliche Risikofaktoren bewerten möchten. Es besteht eine Kooperation mit der Universitätsklinik Innsbruck. (www.parkhotel-igls.at)
- Frankenklinik, Bad Neustadt: „Aus vollem Herzen – dem Infarkt vorbeugen“. Selbstzahlerangebot: 14-tägiges Urlaubs- und Check-up-Programm für Herzerkrankungen in Herz- und Gefäßklinik, das Wege zu einem neuen Lebensstil aufweisen und den Kreislauf in Schwung halten soll. Zu den Programminhalten zählen ein Check-up zur Leistungsfähigkeit von Herz und Körper, die Erstellung eines persönlichen Risiko- und Belastbarkeitsprofils sowie die Erarbeitung der persönlichen Gesundheitsziele zur Minderung des Herzinfarkttrisikos. Das Programm wird zusätzlich durch Psychologen, Sportlehrer sowie Ernährungsberater begleitet und betreut. (www.rhoen-klinikum-ag.com/rka/cms/fkg_2/deu/53778.html)
- Der „Herzurlaub™ Bad Bevensen“ bietet Urlaub (mit Übernachtung und Verpflegung im Hotel),

der durch ein intensives herzorientiertes Untersuchungs- und Trainingsprogramm im Herz- und Gefäßzentrum Bad Bevensen ergänzt wird. Therapeutische Leistungen finden vormittags statt, am Nachmittag bleibt Zeit für Urlaubsunternehmungen. Das medizinische Programm umfasst: Kardio-Check-up (Echokardiographie, Belastungs-EKG, Fitness-Test, Labor, modifizierte Ernährungsanalyse, Sichtung mitgebrachter Befunde), Kardio-Fit-Training (sporttherapeutisches Ausdauertraining, Nordic-Walking oder -Jogging, Kardiotraining, Entspannungstraining, Schnupperkochkurs zu bewusster Ernährung und Vollkornkost, medizinische Vorträge, Werkstatt zur Verhaltensänderung mit Unterstützung durch psychologische Experten). Im Anschluss an das medizinische Programm wird ein Kardio-Pass inklusive aller medizinischen Untersuchungsergebnisse, einer Dokumentation des aktuellen Herzinfarkt-Risikos, individuelle Checklisten und Handlungsempfehlungen erstellt. (www.herzurlaub.de)

Auch für einzelne Erkrankungsgruppen wurden Angebote entwickelt. Diese basieren jeweils auf einer sehr spezifischen medizintechnologischen Ausstattung.

Praxisbeispiele: Medizintechnik im Rahmen indikationsorientierter Angebote

- Feriendialysezentrum Friedrichroda: Die medizinische Begleitung ermöglicht Dialysepatienten (Hämodialyse, Lipidapherese (HELP), Peritonealdialyse) den Urlaub im Thüringer Wald. (www.feriendialyse-friedrichroda.de)
- Das Schlaflabor im Allgäu bietet in den Urlaub integrierte persönlich zugeschnittene Behandlungskonzepte für Menschen mit Schlafstörungen und Tagesmüdigkeit. Urlaub und Erholung werden ergänzt durch ärztliche Hilfestellung bei gestörtem Schlaf. Die ganzheitlichen medizinisch-therapeutischen Konzepte richten sich an Menschen mit folgenden Störungen: Schnarchen und Atmungsstörungen im Schlaf, Schlaflosigkeit, Einschlaf- und Durchschlafstörungen, Hypoventilationssyndrome, Restless Legs (unruhige Beine im Schlaf), Bewegungsstörungen im Schlaf, Zähneknirschen sowie „Schlafwandeln“, traum-
- schlaf-assoziierte Bewegungsstörungen und Tagesmüdigkeit. Ergänzend werden Bewegungs- und Entspannungsprogramme, Stressbewältigung, Ernährungsberatung, Naturheilverfahren und Homöopathie angeboten. Kooperation zwischen Schlaflabor und regionalen Tourismusbetrieben. (www.bad-hindelang.info Stichwort: Gesunder Schlaf; www.ifapi.de Stichwort: Schlaflabor)

Insbesondere in den Metropolen haben sich Check-up-Zentren etabliert, die spezielle Hightech-Diagnostik nutzen.

Praxisbeispiele: Hightech-Diagnostik in urbanem Ambiente

- Mit dem Medizinischen PräventionsCentrum Hamburg wurde ein universitäres Zentrum mit hochmoderner Technik (u. a. Ganzkörpertomographie, Osteodensitometrie, Spiroergometrie) und einem straff durchorganisierten halbtägigen Untersuchungsdurchgang entwickelt. Jeder Kunde hat ein eigenes Zimmer, zur Ausstattung gehören u. a. eine Chaiselongue, ein Schreibtisch mit Computer sowie ein Flachbildschirmfernseher. Angesprochen durch Angebote dieser Art sind u. a. Berufstätige, die in der kürzestmöglichen Zeit ein Maximum an Check-up-Qualität erhalten möchten. (www.mpch.de).
- Das Centrovital in Berlin stellt eine Synthese aus hochspezialisiertem medizinischen Angebot und Wellness-Hotel dar: zum Beispiel Programme mit spezieller Diagnostik und Therapie, Gesundheitschecks, Prävention und fachärztliche Betreuung sowie Sightseeing, Kultur, Unterhaltung. Das Hotel bietet 158 allergikerfreundliche Zimmer und Suiten, Thermenlandschaft, Beauty Lounge, Sportness Centrum, Gesundheitszentrum, moderne Geräteausstattung, Fachärzte und Fachpersonal. Gesundheitsleistungen reichen von ambulanter Rehabilitation über Präventionskurse und privatärztlichen Leistungen bis hin zu Medical Wellness Reisen, Ernährungsberatung oder Angeboten der betrieblichen Gesundheitsvorsorge. Bezuschussung einzelner Angebote durch die Krankenkasse, Mitglied der „Leading Medical Wellness Hotels & Resorts“ (www.lmwh.de) und vom TÜV Rheinland Medical Wellness-zertifiziert.

- Vertrieb u.a. über TUI Vital. (www.centrovital-berlin.de)
- Das European Prevention Center (EPC) in Berlin vereint ärztliche Kompetenz der Vorsorgemedizin mit Hightech-Diagnostik sowie einer Lounge (www.epc-checkup.de)
 - Swiss Prevention Center mit dem Spezialangebot „Gesund in Luzern“. Bewerbung über Luzern Tourismus, bei Übernachtungsbuchung gibt es Spezialpreise für den Gesundheitscheck. Das Swiss Prevention Center hat u. a. das Ziel, die Übernachtungszahlen in Luzern und Umgebung zu steigern und damit den Tourismus zu fördern. Zu den Leistungen gehören zum Beispiel ein umfassender individueller und ganzheitlicher Gesundheitscheck (Bewegung, Ernährung, Medizin, Life Balance und Selfness), Betreuung durch die Ärzte des Swiss Olympic Medical Centers Nottwil, umfassender Medical-Check im Rahmen von betrieblicher Gesundheitsvorsorge, Team-Check für Gruppen, Sport-Check (sportmedizinische Untersuchung), Beratungen zum Thema Burn-out, Ressourcen-Management für Firmen (Leistungsfähigkeit steigern), Team Events für Firmenkunden, Beratungen zum betrieblichen Gesundheitsmanagement. (www.swisspreventioncenter.ch)
 - Die Diagnoseklinik München bietet u. a. Früherkennung/Vorsorgeuntersuchungen unter Verwendung eines hochwertigen diagnostischen Instrumentariums. (www.diagnoseklinik-muenchen.de)
 - Das Essener Preventicum bietet Privatpersonen und Unternehmen medizinische Diagnostik, Beratung und Therapie. Es verfügt u. a. über ein interdisziplinäres Team von Fachärzten, modernste Medizintechnik und verspricht eine sehr persönliche, individuelle Gesundheitsleistung. (www.preventicum.de)
- Insbesondere Kliniken der Maximalversorgung können auch international relevante therapeutische Alleinstellungsmerkmale bieten:

Praxisbeispiel: Hochinnovative therapeutische Medizintechnik

- Partikeltherapie mit Kohlenstoffionen: Heidelberger Ionenstrahl-Therapiezentrum, Partikeltherapiezentrum Marburg (im Aufbau): Die Partikeltherapie ist nur an wenigen Orten weltweit verfügbar (Investitionen bis zu 100 Millionen Euro) und ermöglicht eine sehr präzise und wirksame Behandlung von Krebserkrankungen. Ein Tumor lässt sich punktgenau bestrahlen, wodurch das umliegende gesunde Gewebe geschont wird. Nach bisherigen Erfahrungen treten bei den Patienten keine oder wenig Nebenwirkungen auf. So können die Heilungschancen bei manchen Krebsarten auf über 90 Prozent steigen. Therapeutische Möglichkeiten auf diesem, auch international gesehen, äußerst wettbewerbsfähigem Niveau können zu einer (patienten-)touristischen Nachfrage in der Region (zum Beispiel im Rahmen von Rehabilitation, Wellness und Angehörigenaufent-

Checkliste: Schritte zur Integration der Medizintechnik in Angebote der Bereiche Vorsorge/Früherkennung, indikationsorientierte Diagnostik und Therapie

Schritt 1: Erstellen einer Geräteliste und Ableitung der Einsatzmöglichkeiten im Medizintourismus

- Screening aller diagnostischen und therapeutischen Geräte auf medizintouristische Eignung: Bewertung in den Kategorien Früherkennung, indikationsorientierte Diagnostik und Therapie.

Schritt 2: Einbettung des Geräteeinsatzes in ein medizintouristisches Angebot

- Bei der Früherkennung zum Beispiel zusätzlich ein Bewegungskoching.
- Bei der indikationsorientierten Diagnostik und bei der Therapie insbesondere Einbettung in die notwendige Logistik und Servicekette.

halt) führen. Die Finanzierung durch Krankenkassen ist im Einzelfall zu klären, sie hängt in Deutschland von der jeweiligen Indikation ab. (www.ukgm.de Stichwort: Partikeltherapiezentrum)

Medizintechnik im Rahmen des Sport- und Lifestyle-Coachings, der Sicherheit und der Kosmetik

Sport- und Lifestyle-Coaching umfasst die Bereiche Ernährung, Bewegung und Entspannung.

Der Einsatz hochentwickelter überwiegend miniaturisierter Medizintechnik (vor allem aus dem Bereich der Sensorik) und medizinischer Forschungsergebnisse im Tourismus kann durch eine Ausweitung des Angebotsportfolios völlig neue Geschäftsfelder für den Gesundheitstourismus erschließen.

Im Rahmen des Sport- bzw. Bewegungcoachings werden im touristischen Bereich Geräte wie Herzfrequenzmesser, professionelle Leistungsdiagnostik und sogar spezielle Geräte zur Leistungssteigerung eingesetzt.

Praxisbeispiele: Medizintechnik im Rahmen des Sport-/Bewegungs-Coachings

- RS800CX MULTI Herzfrequenz-Messgerät inkl. Geschwindigkeits-, Distanz- und Höhenmessung. Komplettsystem für Multisportler mit G3-GPS Sensor misst Geschwindigkeit und Distanz in jedem Gelände und bei Sportarten wie zum Beispiel Mountainbiking, Trailrunning, Kajak fahren, Langlauf und Inlineskating. Die Positionsdaten werden gespeichert, so dass sich die Route anschließend am PC darstellen lässt. Die Software unterstützt bei der Trainingsplanung und -auswertung. Hochempfindlicher barometrischer Höhenmesser, mit dem sich detailreiche Höhenprofile aufzeichnen lassen. (www.polar-deutschland.de/de/produkte/laufen_multisport/RS800CX_MULTII)
- Heilklima-Wandern unter fachmännischer Begleitung, Tourist-Information Willingen Kurort/Heilbad Willingen Hessen. Das Konzept des Heilklima-Wanderns basiert auf der Kombination aus

Wandern und Gesundheit unter Nutzung des Heilklimas der Region. Die Verbindung aus Ruhephasen und Bewegung in der Natur kann jedem Leistungsniveau angepasst werden. Sowohl im Bereich der Prävention als auch der Rehabilitation kann das Heilklima-Wandern eingesetzt werden. Um einen optimalen Einsatz zu gewährleisten, werden die Angebote durch Klimatherapeuten begleitet und durch Pulsuhren überwacht. (www.willingen.de Stichwort: Urlaub – Heilklima-Wandern)

- Laufcamp Bodensee, Überlingen. Lauftraining, Lauftechnik, Leistungsdiagnostik, Trainingsberatung. 1-wöchiges Laufseminar mit Betreuung durch Sportwissenschaftler. Leistungen umfassen zum Beispiel Laktatleistungsdiagnostik, sportmedizinische Leistungsdiagnostik, Erstellung individueller Trainingsprofile, Laufstilanalyse/Laufbandanalyse und Vorträge. Außerdem werden Einführungen in Bewegungs- und Entspannungs-, Kraft- und Ausdauertraining angeboten. Organisation von Übernachtung mit Vollpension im Kneipp- und Vital-Hotel Röther. (www.laufcamp.com)
- Hotel Bornmühle, Höhentrainingszentrum sowie zwei speziell ausgerüstete „Höhenzimmer“ mit „Lowoxygen-Technologie“ ermöglichen Höhentaining bzw. Akklimatisierungstraining im Flachland. Zielgruppen:
 - a) Sportler und Alpinisten
 - b) Gesundheitsgäste
 Zu den Effekten des Höhentrainings zählen zum Beispiel Verbesserung der physischen und mentalen Leistungsfähigkeit, Senkung des Blutzuckerspiegels, Normalisierung des Bluthochdrucks und Cholesterinlevels; Minderung der Beschwerden bei Atemwegserkrankungen und Allergien. Der Einsatz in der Hotellerie ist neu, bisher überwiegend Einsatz im medizinischen bzw. sportmedizinischen Bereich (Leistungssport). (www.bornmuehle.de)
- „TeutoVitalWanderwelt“ koordiniert durch die OstWestfalenLippe Marketing GmbH (www.vitalwanderwelt.de) oder die „GesundheitsPfade Wanderherz“ (Schüchtermann-Klinik in Kooperation mit Bad Rothenfelde und dem

Tourismusverband Osnabrücker Land), die sowohl auf primärpräventive als auch indikationsorientierte Angebotsformen setzen (zum Beispiel Herz-Kreislauf). Spezielle Wanderwegenetze für Gesundheitswanderer werden mit technischen Innovationen im Bereich der Telemedizin gekoppelt. Gesundheitsorientierte Wanderwege, Betreuung durch Klinik, Remotemonitoring, geführte Touren. Zu den Zielgruppen zählen Koronar-Patienten (Sekundär- und Tertiärprävention), gesundheitsbewusste Wanderfreunde wie auch Herzsport- und Herz-Rehabilitationsgruppen sowie rein touristische Zielgruppen. Die Klinik bietet Check-ups an, gibt Empfehlungen für Wanderwege und ermöglicht ein Livemonitoring bei Wanderungen. Die Erweiterung des Spektrums auf weitere Grunderkrankungen, wie beispielsweise auf orthopädische Erkrankungen, ist geplant. In diesem Zusammenhang sollen auch Wegstrecken ausgewiesen werden, die per Fahrrad und Pedelecs („Radlerherz“) abgefahren werden können oder für Nordic Walking geeignet sind. Weitere Zielsetzungen/Ideen sind die Einbindung von Smartphones, die Erfassung meteorologischer Daten, ein Film zu mobilem/digitalem Leben und die Einbindung der Wii-Konsole. (www.gewinet.de Stichwort: Projekte/Gesundheitspfade; www.schuechtermann-klinik.de Stichwort: „Entdecken Sie Ihr Wanderherz“)

- Das Forschungsprojekt „Gesunde Radrouten NRW“ der Deutschen Sporthochschule Köln zum Themenbereich der telemedizinischen Betreuung bietet individuelle, onlinegestützte Begleitung und Belastungssteuerung, Empfehlung von Routen und Geschwindigkeiten. Ein übertragbarer Ansatz auch für andere Destinationen. (www.gesunde-radrouten.de)
- Kooperation von Vitaphone und dem ADAC mit dem Ziel, telemedizinisch gestützte Präventionsprogramme für die mehr als 16 Millionen Mitglieder und rund 8.200 Mitarbeiter des Mobilitäts-Dienstleisters zu entwickeln. Vitaphone bietet u. a. die Erfassung von Gesundheitsdaten und -werten (zum Beispiel Blutdruck, Gewicht, EKG) und die drahtlose Datenübermittlung in die elektronische Akte des Telemedizinischen Service Centers. Ein Einsatz dieser Technologie im Gesund-

heitstourismus könnte beispielsweise das Erfolgsmonitoring eines Fitnessangebotes sein. (www.vitaphone.de/unternehmen/partner.html)

Gesundheitliche Sicherheit ist in Zeiten der Alterung der Gesellschaft ein zentrales Thema. Die Gesundheitssicherheit kann beispielsweise erhöht werden, indem Geräte zur Begleitung spezieller Erkrankungen zur Verfügung stehen.

So kann zum Beispiel auch der Einsatz von gesundheitsorientierten **Ambient-Assisted-Living (AAL)**-Technologien zu einer umfassenden Erhöhung der Sicherheit im Urlaub (mobiler Notruf, Sturzsensoren) führen. Unter Ambient Assisted Living werden Konzepte, Produkte und Dienstleistungen verstanden, die neue Technologien und soziales Umfeld miteinander verbinden. Sie verfolgen das Ziel, die Lebensqualität für Menschen in allen Lebensabschnitten zu erhöhen. (www.aal-deutschland.de)

Praxisbeispiele: Gesundheitliche Sicherheit durch Technologie

- Die Webseite www.diabetikerhotels.de ist eine Suchmaschine für Hotels, die an die Bedürfnisse von Diabetikern angepasst sind. Hotels, die über die Website empfohlen werden, müssen bestimmte Anforderungen erfüllen. Dazu zählen u. a.: Vorhandensein eines Blutzuckermessgeräts mit Teststreifen im Hotel, Bereithalten von Dextro- bzw. Jubin-Lösung gegen Unterzuckerung, Bereithalten von Notfallvorräten Glucagon Kit, der gängigsten Extra-Pens, Insulin-Einmalspritzen, geschultes Hotelpersonal, BE (Broteinheiten)-Kennzeichnung der Speisen à la carte und am Buffet, Wellness-Angebot mit speziellen Leistungen für Diabetiker. Über die Empfehlung von diabetikergerechten Hotels hinaus stellt die Website ein Forum zum Austausch von Erfahrungsberichten. (www.diabetikerhotels.de)
- Das transportable gesundheitsorientierte multifunktionale Caresystem Butler® ist u. a. mit Notfallortung, Telecare, Sturzmelder und Medikamententimer ausgestattet. Die Verfügbarkeit des Gerätes kann auch die Sicherheit in der Urlaubsumgebung eines Hotels erhöhen. (www.fonium.de)

→ Projekte des Fraunhofer Institutes zur Entwicklung von AAL-Technologien, u. a.: PoxiDai (autonomer Pulsoximetriesensor mit drahtloser Anbindung an mobile Geräte des Nutzers), BAN (Body Area Network). Fraunhofer-internes Projekt mit dem Fokus auf die Realisierung von Funkschnittstellen zur Kommunikation in körpernahen Netzen, zum Beispiel „Ein sicheres Leben im Alter“ (Ubiquitous Security für die älter werdende Generation). Ziel ist dabei, die körperliche Sicherheit älterer Menschen in ihrem häuslichen Umfeld zu erhöhen. (www.vde.com/de/Technik/AAL/Steckbriefe/Documents/Fraunhofer_IZM_steckbrief.pdf)

Auch noch weitgehend unbekannte neue gesundheitsorientierte Technik kann Angeboten, bei sinnhafter Integration in das Gesamtkonzept, ein Alleinstellungsmerkmal verleihen.

Praxisbeispiele: Integration neuer Technologien

→ Gesundheitsförderung im Alltag mit dem Bewegungs- und Kalorien-Coach AiperSunny™: Bewegungs- und Kalorien-Coach mit dem ein Gewichtsmanagement durchgeführt, Ziele gesetzt und die Zielerreichung dokumentiert werden kann. Das System ermöglicht eine Tages-, Wochen-, Monats- und Langzeitauswertung. Das Gerät soll einen permanenten Bewegungsreiz liefern und kann im Alltag, an Schulen, am Arbeitsplatz, beim Sport oder in der Freizeit eingesetzt werden. Der Umgang mit dem Gerät kann auch in Coaching-Programme integriert werden. Merkmale: direktes Feedback, Erfassung von Bewegungszeit und motorischem Kalorienverbrauch, Aktivitätsdaten können per USB-Kabel an die Software AiperSun übertragen werden, persönlicher Bewegungserfolg und Kalorienverbrauch durch Langzeitanalysen analysierbar, Gewichtsveränderung durch Software visualisiert. Die Programme können auf Abnehmen, Alltagsbewegung, Lauftraining usw. fokussiert werden. (www.aipermon.com)

→ SenseWear – Armband zur Messung des Energieumsatzes (<http://sensewear.bodymedia.com>)

→ Im Rahmen des EU-geförderten Projekts „Guide4Blind – Neue Wege im Tourismus auch für blinde und sehbehinderte Menschen“ werden derzeit Software-Lösungen entwickelt, um das touristische Angebot für blinde und sehbehinderte Menschen zu erweitern. Dazu gehören unter anderem die Entwicklung geeigneter touristischer Stadtrundgänge mit Hilfe eines GPS-Systems, die gezielte Einbeziehung und Nutzung des ÖPNV durch Kommunikation zwischen einem mobilen Endgerät eines sehbehinderten/blinden Menschen und den Bussen sowie die Installation von geführten Tandemradrouten unter Einsatz mobiler Endgeräte, mit denen touristisch interessante Informationen vermittelt werden. (www.guide4blind.de)

Auch das Thema „Biofeedback“ – also die Rückmeldung körperlicher Prozesse wie Herzschlag, Hauttemperatur etc. mit dem Ziel des Erlernens der bewussten Wahrnehmung und ggf. Steuerung der Prozesse – hat bereits Einzug in gesundheitstouristische Programme gehalten.

Praxisbeispiele: Biofeedback

→ Der Stresspilot ist ein mobiles Gerät zum Herzkohärenztraining. Es ermöglicht die Messung des Stresslevels und der Wirksamkeit von Entspannungsmethoden. Die Anwendung zum Beispiel im Rahmen von Entspannungskursen könnte durch eine bessere Selbstkontrolle zu einer höheren Wirksamkeit führen. (www.biocomfort.de).

→ Lebensresort Ottenschlag: Online-Portal, auf das sich Gäste von zu Hause einloggen und ihren Therapieerfolg nachhaltig überwachen können. (www.lebensresort.at)

Checkliste: Schritte zur Integration der Medizintechnik im Rahmen von Angeboten des Sport- und Lifestyle-Coachings, der gesundheitlichen Sicherheit und der Kosmetik

Schritt 1: Entscheidung für ein gesundheitsorientiertes Schwerpunktthema und sorgfältiges Screening des Technologiemarktes

- Nach Entscheidung über das Suchfeld (zum Beispiel Marathontraining) sollte die Einbeziehung von Spezialisten zur Auswahl möglicher unterstützender Technologie erfolgen.

Schritt 2: Integration der Technologie in das Gesamtkonzept und ausführliche Personalschulung

- Die Technologie sollte grundsätzlich nur ein (auch aus Sicht des Kunden) sinnvoller Teil des Programms sein und nicht als Selbstzweck vermarktet werden. Dabei ist es wichtig, Technologien zu verwenden, die auch fehlertolerant sind.
- Das Personal ist auch darauf zu schulen, den Einsatz der Technologie allgemeinverständlich zu kommunizieren.

3.2 Kommunikationstechnologie

Kommunikationstechnologie im Rahmen der gesundheitsorientierten Kundenkommunikation

Die Einbeziehung des Internets in gesundheitsorientierte Angebote hat sich weit über das herkömmliche Website-Konzept hinaus entwickelt. Es existieren bereits komplexe Internetkonstrukte, die von der Bewertungsplattform bis zu Social Media die verschiedensten Ansätze des Internets vereinen. Der gesundheitsorientierte Ansatz ist im folgenden Beispiel in die Gesamt-Internetstrategie integriert.

Praxisbeispiel: Umfassende Internetpräsenz

- Online-Strategie für Gesundheitstourismus im Berchtesgadener Land. Gewinnung von Selbstzahlern im Gesundheitstourismus u. a. durch Social Media-Marketing. Zur Akquise von Selbstzahlern setzt das Berchtesgadener Land auf verschiedene, teils neuartige Vertriebs- und Vermarktungswege, u.a. Directmarketing (offline und online), Dialogmarketing via Social Media, Spa-Camp: Forum für Gesundheits- und Wellnessanbieter. Eine umfassende Social Media-Präsenz stellt dabei eine der drei Säulen der Online-Strategie

dar, welche neben Facebook und Twitter verschiedene weitere Kanäle wie Social Networks, Blogs, Audio/Video-Portale, Bewertungsplattformen, Fansites, Wissens- und Newsseiten sowie E-Commerce umfasst. Zur Ansprache der jüngeren Zielgruppe wurde beispielsweise ein Facebook-Personality-Quiz zur Bestimmung des Wellness-Typs entwickelt. (www.berchtesgadener-land.com Stichwort: Gesundheit)

Eine weitere Ausprägung ist das indikationsorientierte Portal bzw. das Portal für gesundheitsdefinierte Zielgruppen. Hier wird spezifisch auf die Bedürfnisse von Urlaubern mit bestimmten Erkrankungen eingegangen bzw. auf die gesundheitlichen Bedürfnisse bestimmter Altersgruppen. Portale dieser Art haben somit eine sehr hohe Zielgruppenspezifität.

Praxisbeispiele: Indikationsorientierte Portale und Portale für gesundheitsdefinierte Zielgruppen

- Das Internetportal „Urlaub für Allergiker“ ist eine Website mit Tipps zu Reisen als Allergiker und integriertem Hotelfinder. Mit Hilfe einer Suchmaschine können bestimmte Städte, Bundesländer oder Länder für den Urlaub ausgewählt werden. Das System präsentiert nur Unterkünfte, die bestimmte Kriterien erfüllen. Darüber hinaus hält

die Seite spezielle Informationen zur Urlaubsplanung, zu Medikamenten oder Essen im Ausland bereit. Auch allgemeine Informationen zu Ursache, Diagnose und Therapie einzelner Allergien werden aufbereitet. (www.urlaub-fuer-allergiker.de)

- herzwochen – Onlineportal mit Reiseangeboten für Herzpatienten, Angehörige oder Interessierte basierend auf der Idee, in einem veränderten Umfeld ein neues Leben zu erlernen. Angebote mit intensiver medizinischer Betreuung durch Kardiologen und Notfall-Ausrüstung in der Unterkunft. Entstehung des Portals durch Zusammenschluss interessierter und engagierter Mediziner, Therapeuten, Dienstleister und Patienten mit dem Ziel, neue Formen und Angebote einer erfolgreichen Therapie für Betroffene von Herz-Kreislauf- und Gefäßerkrankungen zu entwickeln. (www.herzwochen.de)

Zunehmend wird auch die Gesundheitsberatung auf Internetbasis angeboten. Die Integration in ein gesundheitstouristisches Programm, zum Beispiel im Rahmen der Vor- und Nachbetreuung, würde den Kundennutzen deutlich erhöhen und zu einer verstärkten Kundenbindung führen. Eine wissenschaftliche Weiterentwicklung der Onlinebetreuung chronisch Kranker (Beispiel siehe unten) wird ggf. in Kürze ebenfalls zu einer möglichen Ergänzung von Urlaubsangeboten für Chroniker führen.

Praxisbeispiele: Online-Gesundheitsberatung

- xx-well ist ein Online-Gesundheitsanbieter, der eine Beratung in fünf Segmenten anbietet: Diät, Ernährungsumstellung, Rauchentwöhnung, körperliche und mentale Fitness. Hierfür stellt er Online-Coaches und Personal Trainer zur Verfügung. Angebotsbeispiele: Diät – Angaben aus Fragebogen als Basis für individuellen Plan zur gesunden Ernährung und Abnehmprogramm, Onlinebetreuung, Ernährungsumstellung – Rezeptpläne und hilfreiche alltagstaugliche Empfehlungen mit permanenter Motivation, persönliche Ernährungsberater. Fitnesscoach – Personal Trainer erstellt individuellen maßgeschneiderten

Fitnessplan, Fortschritte grafisch dargestellt nachvollziehbar und von Experten kommentiert, videogestützte Übungen und praktische Ernährungstipps. Stop Smoking Coach – tägliche Empfehlungen, Entspannungsübungen für Stressraucher, Tagebuchführung, Protokollierung des Schmachtfaktors, Onlinebetreuung, Austausch in einer Community möglich. Die Programme orientieren sich an allgemeinen Bestimmungen wie die der DGE (Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V.), WHO (Weltgesundheitsorganisation) usw. Die Software kann nahtlos in den Online-Auftritt integriert werden. Sie kann zur Trainingsbegleitung und Nachbetreuung der Kunden dienen und so den nachhaltigen Gesundheitseffekt unterstützen. (www.xx-well.com)

- Der Feelgood Coach ist ein Online-Coachingprogramm für Fitnesstraining und Gewichtsreduktion, mit dessen Hilfe die Teilnehmer langfristig und nachhaltig abnehmen bzw. ihre Ernährungs- und Bewegungsgewohnheiten umstellen sollen. Aufbauend auf einem Check-up zur Erstanalyse werden individuelle Ernährungs- bzw. Bewegungsempfehlungen erstellt. Interaktivität durch Anpassung des Trainingsplans auf Basis der vom Teilnehmer eingegebenen Protokolle. (www.feelgoodcoach.com)
- well.com.e ist ein BMBF-Projekt zur Entwicklung einer Gesundheitsplattform mit dem Kernziel der Motivation und Unterstützung gesundheitsorientierten Verhaltens chronisch Erkrankter. Well.com.e entwickelt Lösungen, die das Wohlbefinden dauerhaft fördern und eröffnet mit der Markteinführung einer Gesundheitsplattform neue Möglichkeiten. Die Nutzerplattform umfasst drei wesentliche Funktionen: Selbstmonitoring persönlicher Gesundheitsparameter basierend auf einem mikrosystemtechnischen Multi-Sensor-System, verbindendes Element für Menschen mit ähnlichen Ausgangs- und Interessenslagen in der Community, Plattform für die Zusammenführung von Dienstleistern und Nutzern. (www.well-com-e.de).

Checkliste: Schritte zur Nutzung der Kommunikationstechnologie für die gesundheitsorientierte Kundenkommunikation

Schritt 1: Erfassung des gesamten gegebenen und zusätzlich sinnvollen Informationsaustausches mit den Gästen bzw. Patienten im Rahmen eines gesundheitsorientierten Angebotes

- Detaillierte Dokumentation des gesundheitsorientierten Kommunikationsablaufes (Erstkontakt, Empfang usw.) und Ergänzung zusätzlich wünschenswerter Inhalte.

Schritt 2: Überprüfung der Kommunikationskette auf Internetauglichkeit

- Können Segmente der Kommunikationskette auch in das Internet verlagert werden?

Schritt 3: Transfer der sinnvoll in das Internet zu verlagernden Segmente

- Transfer zum Beispiel durch Kooperation mit bestehenden Internetanbietern oder durch maßgeschneiderte Programmierung.

Kommunikationsplattformen für Anbieter

Wenn die Kommunikation mit den Kunden bereits teilweise in das Internet verlagert wurde, sollte dies für die Kommunikation zwischen den gesundheits-touristischen Anbietern auch gelingen. Insbesondere bei den Flächendestinationen ist die Austauschhäufigkeit zwischen den Anbietern zu gering, um eine ausreichende Eigendynamik aufrecht zu erhalten – dies ist nicht zuletzt den jedes Mal zu überwindenden Kilometern und dem damit verbundenen Zeitverlust geschuldet. In den Zeiten von Online-Vorlesungen und weit verbreiteter privater internetbasierter Bildtelefonie erscheint in der Tat die Gewohnheit, sich für jede Besprechung physisch zu begegnen, nicht mehr zeitgemäß.

Regionen, die eine internetbasierte Austauschplattform für Anbieter etablieren, werden einen entscheidenden Standortvorteil gegenüber den Regionen erlangen, die nur im Rahmen persönlicher Treffen zusammenarbeiten, da der Austausch über Internetplattformen wesentlich besser in den Alltag der Anbieter integrierbar ist und damit die Zusammenarbeit effizienter geleistet werden kann. Insbesondere werden die jeweiligen regionalen Kompetenzträger eigene Fachforen aufbauen und damit der gesundheitstouristischen Entwicklung eine hohe Eigendynamik verleihen.

Ein Effekt wird allerdings ebenfalls zu beobachten sein: Die hierarchische Struktur vieler Gesundheitsdestinationen (zum Beispiel Lenkungsgruppe gibt übergeordnetes Gesundheitsthema vor) wird zugunsten der von den Anbietern selbst gestalteten Fachforen (ggf. unter zusätzlicher Inanspruchnahme von Spezialisten) an Bedeutung verlieren – die Region wird jedoch durch das Engagement der Anbieter gewinnen.

Praxisbeispiel: Lern- und Austauschplattform/Blended Learning

- Online-Seminar Stressbewältigung, Karlsruher Institut für Technologie in Zusammenarbeit mit Institut für Berufspädagogik: Fortbildungsseminar für das Erlernen von Blended-Learning, Medien- und Technikkompetenzen und die Anwendung des Gesundheitscoachings. Thema dieses Pilotprojekts ist Stressbewältigung am Arbeitsplatz. Im Rahmen einer Dissertation sollen Online-Lernphasen evaluiert werden. Durch die Befragung der KIT-Mitarbeiter und -Mitarbeiterinnen sollen die Ziele der Einführung von Blended-Learning-Konzepten eruiert, der Zielerreichungsgrad festgestellt und kritische Erfolgsfaktoren identifiziert werden. Dafür werden in zwei Semindurchgängen Mitarbeiter gesucht, die Zugang zum Internet haben. Ziele des Seminars:

Checkliste: Schritte zur Nutzung der Kommunikationstechnologie für eine Austauschplattform für gesundheitstouristische Anbieter

Schritt 1: Aufbau einer internetbasierten Basisplattform

→ Aktivierung u. a. Videokonferenzoption, Wiki, moderierte Fachforen

Schritt 2: Aktivierung der gesundheitstouristischen Anbieter

→ Können Segmente der Kommunikationskette auch in das Internet verlagert werden?

Schritt 3: Transfer der sinnvoll in das Internet zu verlagernden Segmente

→ Transfer zum Beispiel durch Kooperation mit bestehenden Internetanbietern oder durch maßgeschneiderte Programmierung. Zunächst mit einer Probephase und Testkunden beginnen, damit Fehler frühzeitig behoben werden können.

Vorstellung des Web-Based Trainings, Erlernen von Medien- und Technikkompetenz, Erweiterung der didaktischen und methodischen Kompetenz durch internetbasierte Wissensvermittlung, Gesundheitscoaching (Entspannungsmethoden, gesundheitliche Ressourcen und Schutzfaktoren kennenlernen, Gesundheitsziele definieren). (www.fortbildung.kit.edu/159.php)

Kommunikationstechnologie als Basis gesundheitstouristischer Funktionalitäten

Schon vor Jahren haben stationäre und Handheld-Spielekonsolen zu einer raschen Verbreitung komplexer Technologien, die gesundheitsorientierte Programme in völlig neuen Formen transportieren können, in privaten Händen geführt. Die sich weiterhin schnell verbreitenden Smartphones haben diesen Trend potenziert. Ein zunehmend größerer Teil der Bevölkerung hat kontinuierlich Zugang zu diesen in das mobile Internet eingebundenen Miniaturcomputern. Dies eröffnet unübersehbar viele Möglichkeiten für innovative gesundheitsorientierte bzw. gesundheitstouristische Produkte und ebenso für neue Vertriebswege. So wurden die neuen Möglichkeiten auch umgehend im Gesundheitstourismus umgesetzt.

Praxisbeispiel: Die gesundheitstouristisch genutzte Spielekonsole

→ Die Wii-Kur in Bad Dürkheim vereint Training auf der Wii-Konsole des Spieleherstellers Nintendo mit Bewegungskursen in Nordic Walking, mit Ernährungsvorträgen sowie einem ergänzenden Programm im Wellness- und Gesundheitszentrum Solemar. Der Kunde kann die erlernten Übungen zu Hause auf eigener Wii-Konsole fortsetzen und seine Fitness verbessern. (www.wii-kur.de)

Das mobile Internet auf der Grundlage des Smartphones ermöglicht gegenüber der stationären Spielekonsole auch die gesundheitsorientierte Begleitung durch die Landschaft bzw. durch Orte. Auch diese Option wurde bereits gesundheitstouristisch in einem ersten Schritt umgesetzt.

Praxisbeispiel: Der virtuelle Gesundheitsweg/die interaktive Fitnessroute – Gesundheitsorientierte App für einen Kurort

→ Bad Zwischenahn-App: Diese Smartphone-Applikation („App“) navigiert den Gast auf einem virtuellen Gesundheitswanderweg von 12,5 Kilometern um das Zwischenahner Meer. Sie berechnet dabei kontinuierlich die zurückgelegte und noch vor ihm liegende Entfernung. In Abhängigkeit

von der Fortbewegungsart (Gehen, Walken, Joggen, Fahrradfahren) und dem individuellen Körpergewicht wird zusätzlich der jeweilige Kalorienverbrauch angezeigt. Parallel dazu werden Fitnesstipps eingeblendet. Die App bietet auch Informationen und Videos u. a. zu Gesundheitsangeboten Bad Zwischenahns. (iPhone-App: Bad Zwischenahn)

Weitere, bereits im App-Store befindliche Apps können auch für den Gesundheitstourismus als Vorbild dienen.

Praxisbeispiele: Gesundheitsorientierte Apps

→ RunKeeper – Smartphone Application u. a. zur Dokumentation von Outdoor-Fitnessaktivitäten und zur Berechnung des Energieumsatzes. Ermöglicht dem User dank der eingebauten GPS-Funktion im iPhone 3G eine Messung und Dokumentation aller Outdoor-Fitness-Aktivitäten (wie Distanzberechnungen, Geschwindigkeit, Kalorienverbrauch, Laufzeit, Tempo, Höhenprofilmessungen). Die gewonnenen Daten können auf der RunKeeper-Webseite gespeichert und mit anderen Usern geteilt oder verglichen werden. Der

RunKeeper FitnessReport gibt dem Anwender die Möglichkeit, seine Daten visualisiert darzustellen, um so auch den Fortschritt ersichtlich werden zu lassen. Die Daten sind auch für Fitnessstudio-Work-Outs abrufbar: Abruf der gemessenen Daten über Lautsprecher während des Trainings, Möglichkeit seine Aktivitäten und Erfolge auf anderen Websites zu posten (Facebook, Twitter), Musik hören auch während des Laufens des RunKeeper Apps möglich, sprachgesteuerte Führung durch das Training (Zeit, Distanz, Intervalle), Geo-tagged Fotos (Fotos, die während der Route aufgenommen werden, können veröffentlicht werden). (iPhone-App: Runkeeper)

→ iBody – Application zur Dokumentation allgemeiner Gesundheits- und Fitnessdaten. Die App funktioniert benutzerdefiniert und es besteht die Möglichkeit, individuelle Daten einzugeben, um den Umgang zu personalisieren. Umfasst u. a. die Dokumentation von gelaufenen/geführten Distanzen, Blutdruck, Cholesterin, Gewicht und Körperfettanteil sowie die Berechnung des Kalorienverbrauches. Es existiert eine integrierte GPS-Funktion. Auch für Fahrradfahrer als Routenplan und Dokumentationsgerät geeignet. (iPhone-App: iBody)

Checkliste: Schritte zur Nutzung der Kommunikationstechnologie als Basis neuer gesundheitstouristischer Funktionalitäten

Schritt 1: Anstoßen eines kreativen Prozesses zur Herausarbeitung innovativer Funktionalitäten, die Gesundheitsorientierung und Regionalität vereinbaren.

→ Ggf. Herausarbeitung im Rahmen eines fachlich gesteuerten Kreativprozesses in einer Gruppe regionaler Experten aus Gesundheitswirtschaft und Tourismus.

→ Erstellung eines Meilensteinplanes für kurz- und mittelfristige Aktualisierungen sowie Erweiterungen der Funktionalitäten: Es sollte bereits bei Aktivierung der Anwendung festgelegt werden, welche Funktionalitäten zu welchem Zeitpunkt erweitert oder ergänzt werden sollen.

Schritt 2: Schrittweise Umsetzung in den vorgesehenen Stufen

→ Sorgfältige Überprüfung der Funktionalitäten im Beta-Modus vor allgemeiner Verfügbarkeit.

4. Fazit

Medizintechnik und Kommunikationstechnologie stellen für den Gesundheitstourismus Füllhörner der Innovation dar.

- Medizintechnik kann gesundheitstouristische Innovationen insbesondere in den Bereichen Vorsorge/Früherkennung, indikationsorientierte Diagnostik und Therapie sowie Sport- und Lifestyle-Coaching, gesundheitliche Sicherheit und Kosmetik befördern.
- Kommunikationstechnologie (u. a. stationäres und mobiles Internet) kann zum Träger der gesundheitstouristischen Innovation in den Bereichen gesundheitsorientierte Kundenkommunikation, Kommunikation zwischen den gesundheitstouristischen Anbietern und im Rahmen neuer gesundheitsorientierter Funktionalitäten (insbesondere durch Smartphone-Applications) werden.

Beide Bereiche haben bereits heute das Gesicht einiger gesundheitstouristischer Angebote grundlegend verändert. Der Veränderungsprozess hat jedoch erst begonnen und wird weite Teile des Gesundheitstourismus neu definieren.

Impressum

Text und Redaktion

PROJECT M GmbH
Cornelius Obier, Christoph Creutzburg
www.projectm.de

KECK MEDICAL GmbH
Dr. med. Andreas Keck
www.keck-medical.de

Institut für Tourismus- und Bäderforschung
in Nordeuropa GmbH (N.I.T.)
Prof. Dr. Martin Lohmann
www.nit-kiel.de

Gestaltung

PRpetuum GmbH, München

Bildnachweis

M. Osterrieder – Digital Stock (Titel)

Herausgeber

Bundesministerium für
Wirtschaft und Technologie (BMWi)
Öffentlichkeitsarbeit
11019 Berlin
www.bmwi.de



Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie ist mit dem audit berufundfamilie® für seine familienfreundliche Personalpolitik ausgezeichnet worden. Das Zertifikat wird von der berufundfamilie gGmbH, einer Initiative der Gemeinnützigen Hertie-Stiftung, verliehen.

Stand

August 2011

Diese pdf-Broschüre wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie herausgegeben. Sie wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerbern oder Wahlhelfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken und Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Unabhängig davon, wann, auf welchem Weg und in welcher Anzahl diese Schrift dem Empfänger zugegangen ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Bundesregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.