



## PRÄVENTIONSWERKSTATT NRW

Urlaubsangebote „Übergewicht (Adipositas)“ –  
ein Leitfaden zur Produktentwicklung für die  
gesundheitstouristischen Akteure in Nordrhein-Westfalen

[WWW.NRW-GESUND.INFO](http://WWW.NRW-GESUND.INFO)

# INHALT

Einführung.....	3
Teil 1: Marktüberblick und Zielgruppen.....	4
Teil 2: Entwicklung und Vermarktung innovativer Angebote .....	9
2.1 Angebotsinhalte .....	9
2.2 Qualitätsstandards .....	18
2.3 Vermarktung und Vertrieb .....	19
Checklisten .....	22
Ihre Ansprechpartner/-innen .....	24
Impressum .....	25

# EINFÜHRUNG

## NEUER MARKTAUFTRITT IM GESUNDHEITSTOURISMUS

Zum Start einer neuen Produktmarke im Gesundheitstourismus führen der Tourismus NRW e. V., Teutoburger Wald Tourismus, Sauerland-Tourismus e. V. und die Gesundheitsagentur NRW das Förderprojekt „Präventionswerkstatt in Nordrhein-Westfalen“ durch.

Gemeinsam mit Experten aus Tourismus und Medizin wurden Chancen für den präventionsorientierten Gesundheitstourismus ermittelt sowie Trends, Zielgruppen und Erfolgsfaktoren abgeleitet. Im Zuge des Wettbewerbs „Gesund in NRW“ sind Angebote und Potenziale für den Gesundheitstourismus identifiziert und zu Programmen weiterentwickelt worden. Diese sind seit Mai 2014 unter dem Webauftritt [www.nrw-gesund.info](http://www.nrw-gesund.info) zu finden. Weitere Urlaubsangebote mit dem Schwerpunkt Prävention kommen sukzessive dazu.

## LEITFÄDEN FÜR NEUE ANGEBOTE

Die erarbeiteten Projektergebnisse stellt die Präventionswerkstatt in verschiedenen Leitfäden zur Verfügung:

- **Wichtige Basisinformationen und einen Gesamtüberblick** zum Ansatz der Präventionswerkstatt mit den grundlegenden Möglichkeiten für die Angebotsgestaltung und Vermarktung liefert ein Praxisleitfaden.
- Für **tieferegehende Informationen** gibt es darüber hinaus fünf Themenleitfäden, die an den Praxisleitfaden anknüpfen und stärker im Detail auf die wichtigsten Angebotsbereiche nach Indikationen (Krankheitsbildern), **hier: Übergewicht (Adipositas)**, eingehen. Sie beinhalten jeweils spezifische Hinweise zur Angebotsentwicklung.

### Leitfäden der Präventionswerkstatt

**Praxisleitfaden** — auch als Druckversion und [Download](#) verfügbar

**Themenleitfäden** – als PDF auf Anfrage erhältlich (siehe Kontaktinfos S. 24):



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

### Aufbau des vorliegenden Leitfadens

Dieser Leitfaden gibt in zwei Teilen wichtige Tipps zur Erstellung und Vermarktung von Urlaubsangeboten im Bereich Übergewicht (Adipositas) Gesundheit:

#### Teil 1 – Marktüberblick und Zielgruppen:

- Fakten zu Übergewicht (Adipositas)
- Welche Zielgruppen sind für Urlaubsangebote relevant?

#### Teil 2 – Handlungsempfehlungen:

- Welche Anforderungen sind bei den einzelnen Teilzielgruppen zu beachten?
- Welche Programminhalte sind sinnvoll?
- Welche Qualitätsstandards gibt es?
- Wie kann Vermarktung und Vertrieb gestaltet werden?



## TEIL 1: MARKTÜBERBLICK UND ZIELGRUPPEN

### JEDER ZWEITE ERWACHSENE IN DEUTSCHLAND HAT ÜBERGEWICHT – UND DIE ZAHL DER STARK ÜBERGEWICHTIGEN NIMMT WEITER ZU

Circa zwei Drittel der Männer (67 %) und die Hälfte der Frauen (53 %) in Deutschland sind übergewichtig. Ein Viertel der Erwachsenen (23 % der Männer und 24 % der Frauen) ist sogar stark übergewichtig (adipös)<sup>1</sup>. Der Anteil von Personen mit Übergewicht ist in den letzten 10 Jahren zwar weitgehend konstant geblieben, der Anteil adipöser Personen hat jedoch deutlich zugenommen<sup>1</sup>. Diese Entwicklung ist besonders ausgeprägt bei jungen Erwachsenen beiderlei Geschlechts sowie bei Männern im Alter von 35-44 und 55-69 Jahren<sup>2</sup>.

### DURCH ÜBERGEWICHT ERHÖHT SICH DAS RISIKO FÜR ZAHLREICHE KRANKHEITEN

Dies kann Folgen für die Gesundheit haben. So haben stark übergewichtige Menschen z. B. ein erhöhtes Risiko an Diabetes mellitus Typ II und Herz-Kreislauf-Erkrankungen zu erkranken.

Nach Angaben einer TK-Studie leiden Menschen mit leichtem oder starkem Übergewicht unter Rücken-, Gelenk- und Stoffwechselproblemen, Herz-Kreislauf-Erkrankungen wie Bluthochdruck, Kopfschmerzen und Migräne, häufigen Erkältungen und psychischen Problemen wie Erschöpfung, Niedergeschlagenheit oder Schlafstörungen.

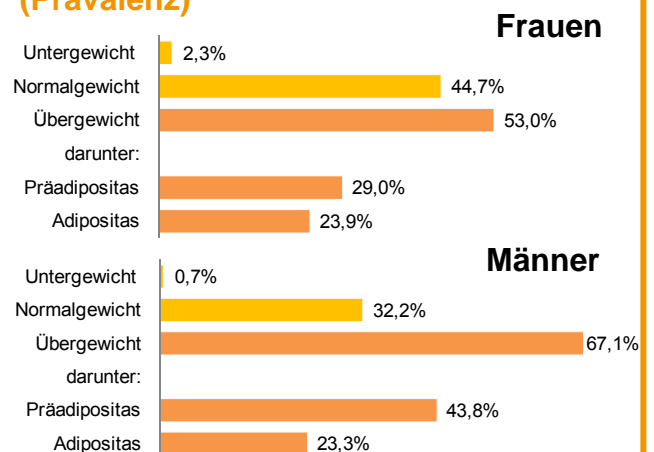
Überdurchschnittlich viele der chronisch Erkrankten sagen selbst von sich, dass sie dringend abnehmen müssten<sup>3</sup>.

### UMSTELLUNG DER ERNÄHRUNGS- UND LEBENSGEWOHNHEITEN

Neben hormonellen Störungen, genetischen Faktoren und psychischen Störungen führen v. a. eine erhöhte Kalorienaufnahme beim Essen und mangelnde körperliche Aktivität zu Übergewicht.

Die Therapie von Adipositas besteht in der dauerhaften Umstellung der Ernährungs- und Lebensgewohnheiten. Die Behandlung ruht im Wesentlichen auf drei Säulen: Ernährungs-, Bewegungs- und Verhaltenstherapie. Insbesondere die Verbesserung des Bewegungs- und Essverhaltens bietet Ansatzpunkte für gesundheitstouristische Angebote für übergewichtige Menschen.

#### Infobox: Übergewicht in Deutschland (Prävalenz)



Quelle: Eigene Darstellung auf Grundlage G.B.M. Mensink, A. Schienkiewitz, M. Haftenberger, T. Lampert, T. Ziese, C. Scheidt-Nave (2013)

<sup>1</sup> Zahlen je nach Untersuchung leicht unterschiedlich

<sup>2</sup> G.B.M. Mensink, A. Schienkiewitz, M. Haftenberger, T. Lampert, T. Ziese, C. Scheidt-Nave (2013): Übergewicht und Adipositas in Deutschland, Ergebnisse der Studie zur Gesundheit Erwachsener in Deutschland, (DEGS1) – In: Bundesgesundheitsbl 2013, 56:786-79, Springer Verlag

<sup>3</sup> Techniker Krankenkasse (2013): „Ist was Deutschland?“ – TK Studie zum Ernährungsverhalten in Deutschland

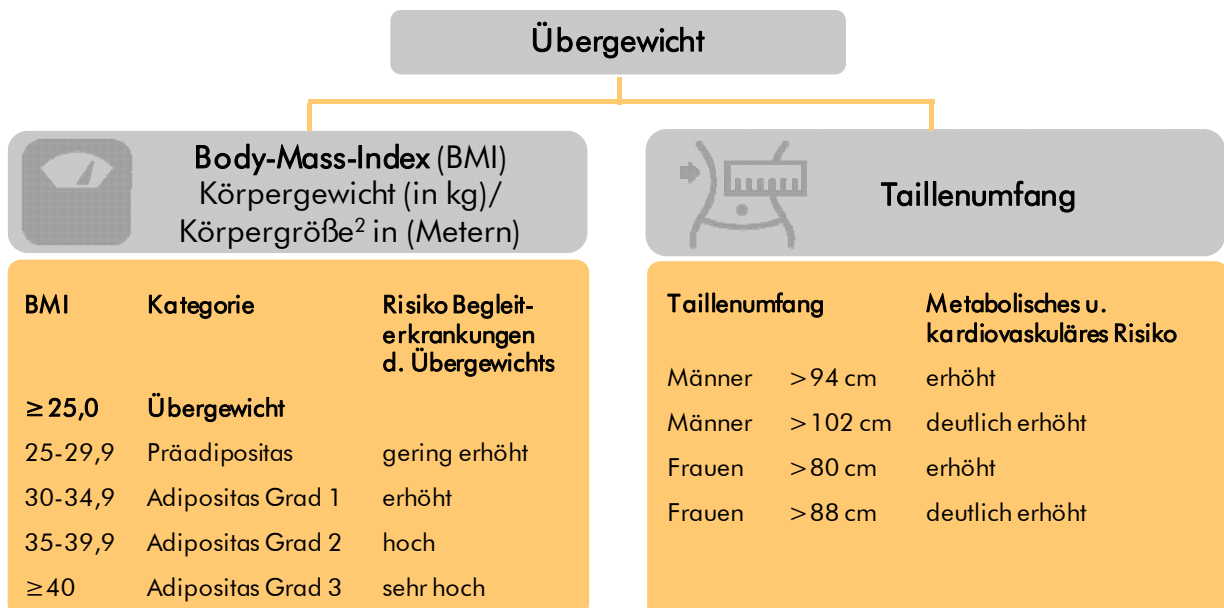
## Infobox – Schnellüberblick Übergewicht (Adipositas)

Was ist Übergewicht/ Adipositas?	<ul style="list-style-type: none"> <li>Übergewicht: Erhöhtes Körpergewicht, das durch einen vermehrten Körperfettanteil bedingt wird</li> <li>Starkes Übergewicht wird als Adipositas bezeichnet und ist ein Risikofaktor für bestimmte Erkrankungen</li> </ul>
Wer ist betroffen?	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rund 53 % der Frauen und 67 % der Männer sind übergewichtig oder adipös</li> <li>Bei Männern tritt Übergewicht häufiger auf als bei Frauen; die Häufigkeit der Adipositas unterscheidet sich nicht zwischen den Geschlechtern</li> <li>Übergewicht und Adipositas sind in den höheren Altersgruppen deutlich häufiger zu beobachten als in den jüngeren Altersgruppen.</li> <li>Adipositas ist bei Frauen ab dem Alter von 30 Jahren in unteren Bildungsgruppen im Vergleich zu oberen Bildungsgruppen stärker verbreitet; bei Männern ist dieses Muster vorrangig im Alter zwischen 30 bis 44 Jahren zu beobachten.</li> </ul>
Was verursacht und begünstigt Übergewicht/ Adipositas?	<ul style="list-style-type: none"> <li>Genetische Faktoren, psychische und hormonelle Störungen</li> <li>Nahrungsangebot, Essgewohnheiten</li> <li>Mangelnde Bewegung</li> </ul>
Was kann Übergewicht senken?	<ul style="list-style-type: none"> <li>Grundsätzlich: Ernährungs-, Bewegungs- und Verhaltenstherapie</li> <li>Bei sehr adipösen Menschen können in Einzelfällen auch Medikamente oder operative Eingriffe erforderlich sein</li> </ul>

Quellen: Robert Koch-Institut: Faktenblatt zu GEDA 2012: Ergebnisse der Studie »Gesundheit in Deutschland aktuell 2012 und [www.klinikum-augsburg.de](http://www.klinikum-augsburg.de)

### Ab wann haben die überschüssigen Pfunde negativen Einfluss auf die Gesundheit?

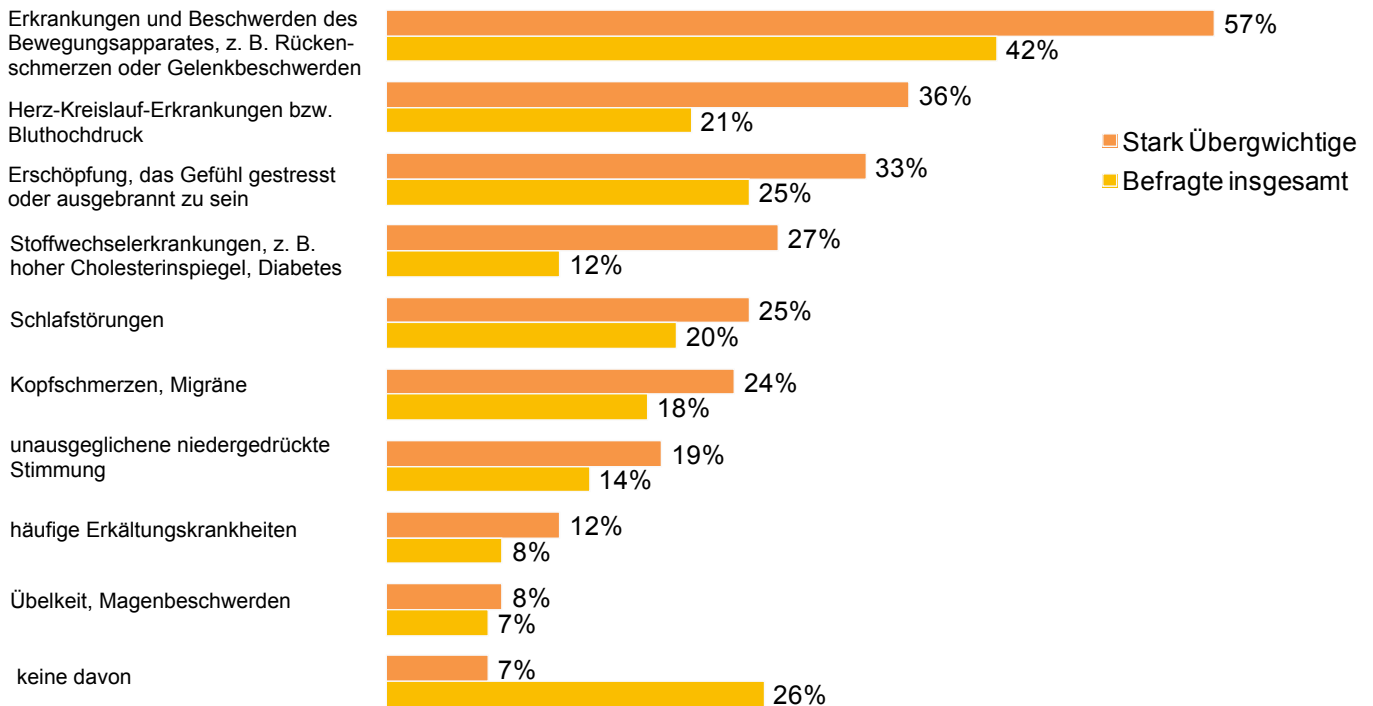
- Übergewicht wird meist mit dem so genannten **Body-Mass-Index (BMI)** bestimmt. Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) stuft Erwachsene mit einem Body-Mass-Index über  $25 \text{ kg/m}^2$  als übergewichtig ein.
- Menschen mit einem BMI über  $30 \text{ kg/m}^2$  gelten als adipös bzw. krankhaft übergewichtig oder fettleibig und haben ein erhöhtes Risiko an einer Begleiterkrankung des Übergewichts wie z. B. Herz-/Kreislauf-erkrankungen zu erkranken.
- Ein weiterer Indikator dafür, ob das Risiko einer Herz-Kreislauf-Erkrankung vorliegt ist der **Taillenumfang**.



Quellen: Eigene Darstellung nach [www.adipositas-gesellschaft.de](http://www.adipositas-gesellschaft.de), [www.rnk-berlin.de](http://www.rnk-berlin.de)

## Infobox – Erkrankungen und Beschwerden bei Übergewicht

### Anteil der Menschen mit Übergewicht, die häufiger oder dauerhaft gesundheitlich beeinträchtigt sind, nach Beschwerden



Eigene Darstellung auf Grundlage Techniker Krankenkasse (2013) „Iss was Deutschland?“ – TK Studie zum Ernährungsverhalten in Deutschland

## AUCH „NORMALGEWICHTIGE“ HADERN MIT IHRER FIGUR

Während Richtwerte wie der BMI oder der Taillenumfang dabei helfen, einzuschätzen ob das Körpergewicht im Rahmen liegt, ist dies aber auch eine Frage des subjektiven Empfindens. Laut einer TK-Studie sagen z. B. rund 80 % der unter 25-Jährigen, ihre Figur sei im Grunde gut, aber nur jeder Zweite fühlt sich damit wohl in seiner Haut. In der Altersgruppe der Mittdreißiger bis Mittvierziger sind es fast sechs von zehn Männern und Frauen, die gerne weniger Gewicht auf die Waage bringen würden. Von den Menschen, die sich selbst als weder zu dick noch zu dünn einschätzen, hat jeder dritte mindestens einmal eine Diät gemacht. Es sind vor allem gut gebildete Menschen mit höherem Einkommen, die ein höheres Bewusstsein für das eigene Körpergewicht haben und an

ihrer „Wunschfigur“ arbeiten. Erfolg wird zunehmend mit Schlankheit und Sportlichkeit assoziiert<sup>4</sup>.



<sup>4</sup> Techniker Krankenkasse (2013): „Iss was Deutschland?“ – TK Studie zum Ernährungsverhalten in Deutschland

## ZIELGRUPPEN FÜR NEUE URLAUBSANGEBOTE IN NRW

Folgende Gästegruppen wurden durch das Expertengremium der Präventionswerkstatt mit Präventivmedizinern und Touristikern für den Gesundheitstourismus in NRW herausgearbeitet.

Hauptsächlich können im Gesundheitstourismus Angebote zum „Gewichtsmanagement“ für Normalgewichtige und Menschen mit leichtem Übergewicht gestaltet werden.

Stark übergewichtige Menschen (Adipositas Grad II und III) können hingegen im touristischen Kontext aufgrund höchster Anforderungen in der medizinischen Betreuung (z. B. offene Wunden an den Beinen) und der Barrierefreiheit (z. B. extrastabile Betten und Stühle) nur schwer bedient werden.

### Infobox– Zielgruppeneinteilung „Gewichtsmanagement“



**Normalgewichtige**

... normalgewichtige Menschen, die sich im Urlaub erholen und darüber hinaus etwas für ihre Fitness und Attraktivität tun wollen. Der Urlaub soll genutzt werden, um Anregungen für einen gesünderen Lebensstil mit Tipps zu Bewegung und Ernährung zu erhalten, die dann im Alltag umgesetzt werden sollen.

z. B.: 40-Jährige Managerin, die viel im Büro sitzt, viel auf Geschäftsreisen ist und sich dadurch wenig bewegt und unregelmäßig und ungesund ist. Sie hat gefühlt 2-3 Kilo „zu viel“ auf der Waage, fühlt sich leicht unwohl in ihrem Körper und möchte mit Bewegung und gesunder Ernährung ihr Wohlbefinden steigern.



**Leicht Übergewichtige & Adipositas Grad I**

... leicht übergewichtige Gäste und Gäste mit Adipositas Grad I, die ihr Gewichtsproblem akzeptieren und die Risiken für mögliche Begleiterkrankungen kennen und sich Sorgen machen, daran zu erkranken. Der Urlaub soll genutzt werden, um den eigenen Lebensstil zu verbessern und neue Verhaltensweisen d. h. sportliche Aktivitäten und Umstellung der Ernährung zu erlernen.

z. B.: 50-Jähriger Familienvater, der gerne abnehmen und seine Fitness sowie seine Beweglichkeit verbessern möchte, um auch weiterhin gesund zu bleiben.

### Exkurs: Übergewichtige/adipöse Kinder und Jugendliche

Übergewicht bei Kindern und Jugendlichen wird zunehmend zum Problem. So ist aktuell z. B. rund 9% der Jugendliche (14- bis 17 Jahre) in Deutschland sind übergewichtig, ganze 9% sind adipös<sup>5</sup>.

Dies ist vor allem auf den Lebensstil zurückzuführen: zu wenig Bewegung, zu viel fettige und zuckerhaltige Lebensmittel etc. Langfristig drohen Folgen wie Herz-Kreislauf-Erkrankungen, Diabetes, Probleme des Haltungs- und Bewegungsapparats aber auch psychische Belastungen.

Für den Gesundheitstourismus stellen Kinder und Jugendliche ein Nischenthema dar. Denkbar sind Angebote, die „beiläufig“ Spaß an Bewegung und gesunder Ernährung vermitteln, wobei aber der Spaß und das Erlebnis für die Kinder im Vordergrund stehen sollte.

Die Ansprache über die gesundheitlichen Aspekte kann nur über die Eltern erfolgen. Da Kinder häufig aufgrund der Eltern übergewichtig sind, kann es Sinn machen, Angebote für die gesamte Familie zu entwickeln.



## WELCHE ZIELGRUPPE IST FÜR MICH ALS ANBIETER RELEVANT?

Je nach Zielgruppe haben die Urlaubsangebote verschiedene Schwerpunkte. Die Anforderungen an Dienstleister können sich daher stark unterscheiden.

Letztlich muss jeder Anbieter für sich selbst entscheiden, welche Voraussetzungen er konkret für welche Zielgruppe allein oder in Kooperation mit Partnern leisten kann und will.

### Checkliste – Welche Zielgruppe ist für mich als Anbieter relevant?

#### Touristische Anbieter:

Für **touristische Anbieter**, die mit speziellen Anbietern aus den Bereichen Medizin und Therapie kooperieren, kommen Angebote für beide Zielgruppen in Frage, wenn sie im gastronomischen Bereich auch Ernährungskonzepte für Übergewichtige umsetzen können. Ebenso ist eine Lehrküche für die Zielgruppe der Übergewichtigen hilfreich.

#### **Gesundheitsanbieter:**

Zum Beispiel Kliniken oder spezialisierte Anbieter (Ernährungsberater, Personal-Trainer etc.) sind aufgrund ihrer Kompetenzen in der Lage, eigene Angebote für beide Zielgruppen zu erstellen und sind als Kooperationspartner für die Angebote relevant.





## TEIL 2: ENTWICKLUNG UND VERMARKTUNG INNOVATIVER ANGEBOTE

### 2.1 ANGEBOTSIHALTE

#### ÜBERGREIFENDE ANFORDERUNGEN

**Qualifiziertes Personal:** Schritt eins der Angebotsentwicklung ist die Überprüfung der **personellen Ressourcen**. Am besten geeignet für den Bereich Gewichtsmangement ist ein Team aus Ernährungs-, Bewegungs- und Entspannungsspezialisten. Die **übergeordnete Programmleitung** sollten qualifizierte Fachkräfte aus dem Bereich Ernährung übernehmen. Dies können, angelehnt an den [Leitfaden Prävention](#) der GKV, Diätassistenten, Ökotrophologen, Ernährungswissenschaftler und Diplom-Ingenieure für Ernährungs- und Hygienetechnik bzw. Versorgungsmanagement mit Zusatzqualifikationen sein.

Als zusätzliche Kurs- oder Einzeltrainer bzw. -therapeuten kommen Fachkräfte mit Qualifikationen aus den Bereichen Bewegung und Entspannung in Frage. Für den Bereich Bewegung sind insbesondere Sportwissenschaftler, Krankengymnasten, Physiotherapeuten, Sport- und Gymnastiklehrer, lizenzierte Übungsleiter der Turn- und Sportverbände sowie Sportmediziner und Ärzte mit entsprechenden Zusatzqualifikationen geeignet. Im Bereich Entspannung sind insbesondere die Bereiche Sportwissenschaft, Sport- und Gymnastiklehre, Physiotherapie, Krankengymnastik, Ergotherapie, Erziehung, Gesundheitspädagogik und Heilpädagogik jeweils mit einer Zusatzqualifikation im Bereich Entspannung (s. a. Kapitel 2.2) in Betracht zu ziehen. Ebenso sind Psychologen mit Schwerpunkt Verhaltenstherapie ggf. in ein Angebot integrierbar.

**Verfügbarkeit:** Neben der grundsätzlichen Verfügbarkeit ist es wichtig, abzustimmen, ob die Therapeuten den Gästen im Fall einer Inanspruchnahme ihrer Leistung auch **zeitnah** und auch an **Randzeiten** inklusive des Wochenendes zur Verfügung stehen können.

**Angebotskern:** Der Kern eines Angebots sollte immer exakt auf die jeweilige **Motivation der Zielgruppe** hin gestaltet werden, alle weiteren Services werden um diesen Kern gruppiert. Auch wenn die Basis des Angebotes im Bereich Gewichtsmangement der Ernährungsbereich ist, sollten Bewegungs- und Entspannungsmodule möglichst integriert werden. Dabei sollte darauf geachtet werden, dass sich aktive (Bewegungs-) und passive (Entspannungs-) Phasen abwechseln.

**Programmablauf:** Bei der Ablaufplanung sollte für den **Anreisetag** noch keine umfangreiche Wissensvermittlung (z. B. Ernährungsberatung) oder ein aktiver Entspannungskurs geplant werden, da die meisten Gäste nach einer Auto- oder Bahnfahrt oder einem Flug eher passive Entspannung, z. B. eine Massage, bevorzugen.

**Geeignetes Umfeld:** Bei Angeboten, die die Ernährung betreffen, spielt die Verfügbarkeit und ästhetische Präsentation gesunden Essens vor Ort, d. h. im Hotel, Restaurant, im Gesundheitszentrum etc. eine entscheidende Rolle. Es sollte beispielsweise darauf geachtet werden, dass nicht die üblichen kalorienreichen Snacks im Hotelzimmer angeboten werden.

**Nachbetreuung:** Die Integration einer Nachbetreuung in das Angebotspaket wird immer wichtiger, da dadurch die Übertragung des Gelernten in den Alltag verbessert wird und auch im Nachhinein ein **Mehrwert/Nutzen** für den Gast entsteht. Zusätzlich fördert Nachbetreuung die Kundenbindung.

Die Unterstützung der Gäste zu Hause kann z. B. durch regelmäßige Telefonate aber auch unter Nutzung von internetbasierten Kommunikationswegen wie z. B. Smartphone-Apps erfolgen. Vorstellbar sind u. a. Apps mit Ernährungstipps, die individualisiert und aktualisiert werden.

## SPEZIELLE HINWEISE „INTERESSIERTE NORMALGEWICHTIGE“

Viele an Gewichtsmanagement Interessierte sind aus medizinischer Sicht normalgewichtig. Diese Gruppe stellt jedoch höhere Ansprüche an sich, häufig ist die Grundmotivation die Erhöhung der eigenen Attraktivität.

Oftmals existieren bereits konkrete Vorstellungen bezüglich der Optimierung des Aussehens (z. B. Abnahme des Bauchumfangs und Zunahme der Muskelmasse). Der Urlaubsaufenthalt wird als Gelegenheit genutzt, sich dem Thema fokussiert zu widmen.

Da zumindest keine übergewichtsbezogenen Erkrankungen vorliegen, stehen intensive Bewegungsmodule neben einer gesunden kalorienarmen aber sättigenden Ernährung im Mittelpunkt.

Wichtig ist die Berechnung des Energiesaldos pro Tag, d. h. das Ergebnis aus zugeführter Energie durch die Ernährung und aus verbrauchter Energie. Empfehlenswert ist in diesem Zusammenhang der Einsatz von Bewegungstrackern, also elektronischen Hilfsmitteln, die den Energieverbrauch anhand der Tagesaktivitäten berechnen.

## Übersicht Angebotsgestaltung für den „Normalgewichtigen“

### „Normalgewichtige“



### Ziele des Gastes

**Höhere Attraktivität** durch Verbesserung der Körperkonturen, z. B. Abnahme des Bauchumfangs oder des Oberschenkelumfangs

### Angebotskern

Ernährungsangebote und -schulungen, die das Konzept einer **gesunden, kalorienarmen und sättigenden Ernährung** beinhalten. Zusätzlich Informationen und Übungen zu besonders **energieverbrauchenden Trainingsarten**

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

- **Leitung:** Fachkräfte aus dem Bereich Ernährung
- Fachkräfte **Ernährung:** Diätassistenten, Ökotrophologen, Ernährungswissenschaftler und Diplom-Ingenieure für Ernährungs- und Hygienetechnik bzw. Versorgungsmanagement und Ärzte mit Zusatzqualifikationen (s. Leitfaden Prävention).
- Fachkräfte **Bewegung:** Insbesondere Sportwissenschaftler, Krankengymnasten/Physiotherapeuten, Sport- und Gymnastiklehrer, Ärzte, sofern diese im Rahmen einer Schulung in das durchzuführende Gesundheitssportprogramm speziell eingewiesen sind, lizenzierte Übungsleiter der Turn- und Sportverbände mit der Fortbildung „Sport in der Prävention“

### Beispiele für Dienstleistungen

- Ernährungsanalyse
- Analyse der Körperzusammensetzung (Body composition analysis)
- Ernährungsplan
- Individualisierte Trainingsplanung
- Einführung in die Berechnung von Energiesaldos (Energieverbrauch und Zufuhr)
- Einführung in die Nutzung elektronischer Hilfsmittel zu Erfassung des Aktivitätsumsatzes

## Infobox – Angebotsbeispiel für „Interessierte Normalgewichtige“ (Teil 1)

### „Leicht und Wohlfühlen mit Genuss – die „Kieferneck-Schlemmer-Diät“

In **Bad Bevensen** wird ein **bewegungsorientiertes Programm zum Abnehmen** angeboten. Nach einem Informationsgespräch am Ankunftstag sind neben gesunden kalorienarmen Mahlzeiten Wassergymnastik und auch passive Entspannungseinheiten enthalten. Als besonderer Service können die Mahlzeiten auch im Hotelzimmer serviert werden.

[\(vollständiges Angebot\)](#)

#### Auszug aus der Produktbeschreibung

### „Leicht und Wohlfühlen mit Genuss – die „Kieferneck-Schlemmer-Diät“

**4 Tage – 3 Nächte**



*Jedes neue Jahr beginnt mit guten Vorsätzen, ganz oben auf der Liste steht oft: Weniger und gesünder essen, mehr Bewegung, ein bisschen abnehmen und mehr Zeit für sich nehmen. Damit es dieses Mal auch wirklich klappt, starten wir gern gemeinsam mit Ihnen Ihre persönliche „Nach-Feiertags-Schlemmer-Diät“. Ob jung, ob alt, ob Mann oder Frau: Für jeden gibt es eine gesunde, natürliche und sanfte Methode, den Körper zu entschlacken und die „Problemzonen“ in den Griff zu bekommen.*

*Abgesehen von den Behandlungen, Massagen und dem Diät-Programm ist Bewegung natürlich extrem wichtig für den Abbau von Fett. Am Tag nach Ihrer Anreise und am zweiten Tag unterstützen wir Ihr Programm mit jeweils einer halben Stunde Wassergymnastik. Davon abgesehen gibt es jede Menge Tipps für Bewegung mit Spaß rund um unser Haus auf den Wander- und Joggingwegen. In der Jod-Sole-Therme im Kurpark können Sie auf Wunsch zusätzlich schwimmen und entspannen.*

*Wunder können Sie von einem 4-Tage-Programm natürlich nicht erwarten... Aber Sie werden gesund und mit Genuß etwas abnehmen und sich anschließend vor allem Dingen leichter und wohler fühlen, da Ihr Körper entschlackt und entgiftet wird. Für die Fortsetzung zuhause geben wir Ihnen gern Rezepte und Empfehlungen mit.*

#### Leistungen:

- 3 x Übernachtung im komfortablen Einzelzimmer
- 3 x Diät-Schlemmer-Frühstück (auf Wunsch gern auf dem Zimmer), 3 x 2-Gang-Schlemmerdiät-Menü
- 2 x täglich eine hausgemachte Gemüsebrühe oder Ingwerwasser
- Bademantel & Slipper auf dem Zimmer bereitgelegt
- Obstteller täglich frisch aufgefüllt auf dem Zimmer
- 2 x Wassergymnastik von 10:00 bis 10:30 Uhr
- 2 x Infrarot-Kabine zum Aufwärmen und zur Anregung der Kalorienverbrennung
- 1 x Körperbehandlung mit Algenschlamm
- 1 x Körperbehandlung für Entschlackung und Wohlbefinden
- 1 x entstauende Fussreflexzonenbehandlung
- Kostenlose Nutzung von Schwimmbad, Sauna, Dampfbad und Fitnessraum
- Nach den Behandlungen jeweils Wasser und Entschlackungstee kostenlos

## Infobox – Angebotsbeispiel für „Interessierte Normalgewichtige“ (Teil 2)

### Auszug aus der Produktbeschreibung

#### Anreisetag:

- Beratungs- und Informationsgespräch in unserer Wellness-Quelle
- Abends genießen Sie Ihr erstes 2-Gang-Schlemmerdiät-Menü

#### 2. Tag: Entschlackende Körperbehandlung mit Algenschlamm

Stress, schlechte Ernährung und Genussgifte sind die Hauptursachen dafür, dass sich Gifte und Schlackenstoffe im Gewebe ansammeln. Diese Schlackenstoffe sind verantwortlich für viele Figurprobleme wie z. B. aufgequollenes Gewebe, Bindegewebsschwäche und Cellulite. Diese tiefgehende Behandlung wirkt entschlackend und entgiftend. Sie startet mit einem reinigenden Meersalz-Bad. Danach folgt eine entschlackende Algenkörperpackung mit Naturprodukten aus dem Meer. Die Algen regen den Stoffwechsel an, während Sie in eine pharmathermische Folie eingewickelt bei angenehmer Wärme entspannen. Nach gut 20 Minuten wird der Algenschlamm abgeduscht.

*Dauer der Behandlung ca. 75 Minuten*

#### 3. Tag: Körperbehandlung mit basischer Wirkung

Diese exklusive Behandlung wirkt entschlackend und gleicht den Säure-Basen-Haushalt Ihres Körpers aus. Sie unterstützt das natürliche Gleichgewicht der Haut und versorgt sie mit hochwertigen pflanzlichen Ölen und Extrakten. Die Haut wird gegen negative Umwelteinflüsse gestärkt. Mit einem sanften Körperpeeling wird die Haut von Hornschüppchen befreit. Danach verwöhnen wir Ihre Haut ein pflegendes und hautregenerierendes Bad mit einer Kombination aus Molke, Ziegen- und Kokosmilch. Anschließend folgt eine Massage, die die Schlackenstoffe aus dem Gewebe abtransportiert.

*Dauer der Behandlung: ca. 120 Minuten*

#### 4. Tag: nach dem Frühstück, vor der Abreise

Entstauende Fußreflexzonen-Behandlung: Lassen Sie die Seele baumeln bei einem angenehmen, basischen Fußbad. Dazu wird die Entschlackung von innen durch ein Ingwerwasser angeregt. Die anschließende Fußreflexzonenmassage regt den Stoffwechsel an, so dass die Schlackenstoffe über die Lymphbahnen abtransportiert werden. Ihr Immunsystem wird gestärkt und Energieblockaden werden gelöst.

*Dauer der Behandlung: ca. 45 Minuten*

#### Komplettpreis

pro Person im Einzel- oder Doppelzimmer mit Balkon 449,00 €

Verlängerungsnächte nur 49,00 € pro Person und Nacht inkl. Diät-Frühstück.

Für Ihre Übernachtung im Komfort-Zimmer mit Balkon berechnen wir einen kleinen Aufschlag von 10,00 € pro Nacht.

Alle Preise sind einschließlich freier Nutzung von Hotel-Schwimmbad (±30°) mit Gegenstromanlage, Sauna, Dampfbad und Fitness-Raum

Quelle: [www.kieferneck.de](http://www.kieferneck.de)

## Infobox – Angebotsbeispiel für „Interessierte Normalgewichtige“ (Teil 1)

### „Gesunde Ernährung für ein aktives Leben“

In **Bad Füssing** wird eine „sanfte Abnehmkur“ angeboten. Das Programm setzt auf **Hilfe zur Selbsthilfe** – schon während des Aufenthaltes. Ausgehend von einer **individuellen Ernährungsberatung** wird das **gesunde Kochen** in einer Lehrküche erprobt und geübt. Flankierend wird eine **Lebenstilberatung im Rahmen eines medizinischen Checks** integriert. Inkludiert sind auch Entspannungskurse und der Zugang zum Fitnesscenter.

[\(vollständiges Angebot\)](#)

### Auszug aus der Produktbeschreibung

Startseite > Gesundheitsfinder > Sanft Abnehmen im Johannesbad

AUF MERKZETTEL SETZEN



SEITE  
DRÜCKEN



TEILEN



MERKZETTEL  
(0)

# Sanft Abnehmen im Johannesbad

Bad Füssing



ab € 899

**Kontakt**

**Kur- & GästeService Bad Füssing**

Rathausstraße 8  
94072 Bad Füssing

☎ 0049 8531 975-580  
☎ 0049 8531 21367

✉ [tourismus@badfuessing.de](mailto:tourismus@badfuessing.de)  
[www.badfuessing.de](http://www.badfuessing.de)  
 📍 Lage auf Karte

Johannesbad, © Kur- und GästeService Bad Füssing

### Gesunde Ernährung für ein aktives Leben

#### Die sanfte Abnehmkur

#### 7 Tage Abnehm-Programm mit Ernährungsberatung, Yoga, Massagen

Gesund und sanft mit unserer modernen Kur abnehmen. Mit unserer erfahrenen Ernährungsberaterin besprechen Sie Ihre bisherige Ernährungsweise und erarbeiten mit ihr einen genau für Sie passenden Ernährungsplan (auch für zuhause) zur nachhaltigen Reduzierung Ihres Körpergewichts. Sie erfahren zudem, wie Sie Ihren Stoffwechsel positiv beeinflussen können. In unserer Lehrküche lernen Sie tolle Tricks für gesundes, kreatives Zubereiten leckerer Mahlzeiten.

Neben der Ernährungsberatung zeigt Ihnen bei unserer Abnehmkur ein Arzt für Ihren Alltag passende Wege zu mehr Vitalität und zu einem bewussteren Umgang mit Ihrem Körper. Eine intensive Entgiftungsmassage, lockere Trainingseinheiten im Medical Fitnesscenter und sanftes Bewegen in der Therme und bei Yoga unterstützen den Körper beim Abnehmen. Druck, Wärme, Mineralstoffe sowie der spezielle Schwefel des Thermalwassers kurbeln zusätzlich den Stoffwechsel an und lassen die Pfunde purzeln.

## Infobox – Angebotsbeispiel für „Übergewichtige“(Teil 2)

### Auszug aus der Produktbeschreibung

#### Programm:

- 1 x Ernährungsberatung mit Erarbeitung Ihrer individuellen Ernährungsbausteine (60 Min.)
- 1 x Kochen in der Lehrküche mit professioneller Anleitung (180 Min.)
- 1 x Entgiftungsmassage (60 Min.) in der Medical Wellness-Welt
- Lebensstil-Beratung mit unserem Arzt 30 Min. (ausführliches Gespräch mit Reha- und Präventionsspezialisten: Wege zu Vitalität und bewussterem Umgang mit Ihrem Körper)
- Wohlfühl-Gesundheits-Check (Cholesterin, Eisenspeicher, Nieren-, Leber-, Schilddrüsenwerte, Bauchspeicheldrüsenenzyme, mit Arztbesprechung)
- Mo-Fr 20 Energiekurse zur Auswahl: Qi Gong, Yoga, Pilates, Aquafit u. v. m.
- 6 x Thermenwelt (Tagesticket ohne Zeitlimit: Deutschlands größte Therme, Heilwasser pur)
- 6 x Saunawelt (Tagesticket ohne Zeitlimit: für alle 5 Saunen)
- 6 x Medical Fitnesscenter (Tagesticket ohne Zeitlimit: 60 Min. Einweisung, 70 computergestützte Geräte auf 2000 qm)
- 6 Übernachtungen in neuen Komfort-Hotelzimmern (mit Bademantelgang zu: Therme, Wellness, Beauty, Fitnesscenter, Therapie, Saunen)
- Tägliche Verwöhn-Vollpension
- 899,00 € pro Person im Einzel- oder Doppelzimmer

#### Ganz neue Zimmer & kreative Küche im Johannesbad Hotel

Sanftes abnehmen in tollem Ambiente – in ganz neuen Hotel-Komfortzimmern: Bad, Dusche, Balkon, Sat/Flatscreen-TV, Radiowecker, Durchwahltelefon, hochwertige Voglauer Betten, Kühlschrank, Safe. Leicht & lecker essen: reichhaltiges Frühstücksbuffet mit Vital-Ecke, mittags 3 Menüs zur Auswahl, abends tägl. feines Salatbüfett, 3 x pro Woche abends kalt-warme Themenbüfetts, 4 x pro Woche kalte Büfetts & kalte Teller zur Auswahl und warme Suppen (Option: Vollwertkost, vegan, vegetarisch, Reduktionskost, lactosefrei, für Diabetiker)

#### Preise:

899,00 € pro Person im Einzel- oder Doppelzimmer

Begrüßungsgetränk am Anreisetag. Am Zimmer Mineralwasser und Wohlfühltasche mit Handtüchern/Bademantel. Bei früherer Ankunft oder späterer Abreise stehen Umkleidemöglichkeit/Dusche zur Verfügung.

Quelle: [www.gesundes-bayern.de](http://www.gesundes-bayern.de)

## SPEZIELLE HINWEISE „ÜBERGEWICHTIGE“

Diese Gäste brauchen im Grundsatz, wie auch die normalgewichtigen Gäste, kompetente Betreuung durch Ernährungs- und Bewegungsspezialisten. Da jedoch beim Übergewicht häufig auch eine psychische Komponente eine Rolle spielt und Abnehmen bei Vielen eine erhebliche Stressreaktion hervorruft, sind zusätzlich Entspannungs- bzw. Stressmanagementmodule hilfreich.

Daher ist zusätzlich Fachkompetenz aus diesem Bereich erforderlich. In Frage kommen Sportwissenschaftler, Sport- und Gymnastiklehrer, Physiotherapeuten, Krankengymnasten, Ergotherapeuten, Erzieher, Gesundheitspädagogen und Heilpädagogen mit einer Zusatzqualifikation im Bereich Entspannung. Die Einbeziehung eines Psychologen mit Schwerpunkt Verhaltenstherapie kann ebenfalls als Teil eines Angebotes erwogen werden.

Die Hotellerie hat hier auch die Aufgabe, in allen dem Gast zugänglichen Räumlichkeiten eine entspannungsfördernde Wohlfühlatmosphäre zu schaffen.

### Checkliste – Beispiel: *Geeignete Rahmenbedingungen für die Hotellerie*

- Menüauswahl gesunder Gerichte
- Kein Alkohol und kalorienreiche Snacks im Hotelzimmer, statt dessen Wasser, Teekocher und Kräutertees im Zimmer
- Gymnastik-Matte im Zimmer
- etc.

## Übersicht Angebotsgestaltung für „Übergewichtige“

### „Übergewichtige“



### Ziele des Gastes

**Gewichtsabnahme** mit dem Ziel der Erhöhung der Lebensqualität, z. B. Reduktion gewichtsbedingter Beschwerden

**Höhere Attraktivität** durch Verbesserung der Körperkonturen, z. B. Abnahme des Bauchumfanges oder des Oberschenkelumfanges.

### Angebotskern

Ernährungsangebote und -schulungen, die das Konzept einer **gesunden, kalorienarmen und sättigenden Ernährung** beinhalten. Zusätzlich Informationen und Übungen zu besonders **energieverbrauchenden Trainingsarten. Entspannungs- und Stressmanagementmodule.**

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

- **Leitung:** Arzt mit Zusatzqualifikation Ernährung
- Fachkräfte **Ernährung:** s. Normalgewichtige
- Fachkräfte **Bewegung:** s. Normalgewichtige
- Fachkräfte **Entspannung/Stressmanagement:** Sportwissenschaftler, Sport- und Gymnastiklehrer, Physiotherapeuten, Krankengymnasten, Ergotherapeuten, Erzieher, Gesundheitspädagogen und Heilpädagogen mit einer Zusatzqualifikation im Bereich Entspannung. Ggf. Psychologe mit Schwerpunkt Verhaltenstherapie

### Beispiele für Dienstleistungen

- Ernährungsanalyse
- Analyse der Körperzusammensetzung (Body composition analysis)
- Ernährungsplan
- Individualisierte Trainingsplanung
- Einführung in die Berechnung von Energiesaldos (Energieverbrauch und Zufuhr)
- Einführung in die Nutzung elektronischer Hilfsmittel zu Erfassung des Aktivitätsumsatzes
- Entspannungs- und Stressmanagement

## Infobox – Angebotsbeispiel für „Übergewichtige“ (Teil 1)

### „Erfolgreiches Abnehmen – Medizinisches Motivations-Coaching des WDGZ“

Das Westdeutsche Diabetes- und Gesundheitszentrum bietet ein für das touristische Umfeld geeignetes **medizinisches Abnehmprogramm** an. Ein besonderes Merkmal dieses Programmes ist **die Zweiteilung**: Es besteht einerseits aus einem **Intensivtraining** im Rahmen eines 5-tägigen Wellnessaufenthalts im Hotel und daran anschließend aus **dem medizinischen Motivations-Coaching** des Westdeutschen Diabetes- und Gesundheitszentrums in Düsseldorf, das über insgesamt 12 Wochen mit regelmäßigen telefonischen Coachinggesprächen durchgeführt wird. Das Programm gewährleistet auf diese Weise die Übertragung der nachgewiesenen hohen medizinischen Qualität in das touristische Umfeld.

Die außergewöhnliche Qualifikation des Programmleiters wird eindrucksvoll und laienverständlich kommuniziert.

[\(vollständiges Angebot\)](#)

### Auszug aus der Produktbeschreibung

#### Leistungen:

#### Medizinisches Motivations-Coaching

- Einführung und Fachvortrag mit Diskussion durch Prof. Dr. Stephan Martin am ersten Tag
- Einführung in die Nutzung von Waage und Schrittzähler mit telemedizinischer Datenübertragung
- Beginn des 12-wöchigen medizinischen Motivations-Coachings mit 6 Gesprächseinheiten mit individuellen Ratschlägen zu Ernährung und Bewegung sowie Vereinbarung und Überprüfung von Zielvereinbarungen eine Verlängerung des medizinischen Motivations-Coaching ist anschließend möglich

#### Hotelleistungen

- 4 Übernachtungen im gemütlichen Doppelzimmer Seeseite
- 4 x Tischfrühstück
- 4 x 3-Gang-Menü (kohlenhydratarme Kost)
- Koch-Seminar (für 2 Stunden)
- Personal-Training (für 1 Stunde)
- Betreuung durch einen Fitnesstrainer am Nachmittag (jeweils 1 Stunde)
- 1 Obst-/Rohkostteller und 1 Flasche Mineralwasser zur Begrüßung
- 1 Wellnesskorb mit kuscheligem Bademantel auf dem Zimmer
- Nutzung des Panorama-Pools, des hochwertigen Fitness-Bereichs, der Sauna-Landschaft sowie des Kursprogramms mit seinen Indoor- & Outdooraktivitäten

#### Preise:

Preis für 1 Person ab 999,00 Euro (2 Personen im Doppelzimmer Seeseite)

Preis für 1 Person ab 1089,00 Euro (1 Person im Doppelzimmer Seeseite)

Hotelleistungen einschließlich 12-wöchiges medizinisches Motivations-Coaching mit 6 individuellen Beratungsgesprächen, Waage und Schrittzähler mit telemedizinischer Übertragung und Internetzugang zum Internetportal



## Infobox – Angebotsbeispiel für „Übergewichtige“ (Teil 2)

„Erfolgreiches Abnehmen – Medizinisches Motivations-Coaching des WDGZ“

Kommunikation der Qualifikation der Programmleitung

### Gesundheitskompetenz



Das telemedizinische Lebensstil-Interventionsprogramm wurde durch **Professor Dr. med. Stephan Martin** entwickelt. Er ist der Direktor des Westdeutschen Diabetes- und Gesundheitszentrums (WDGZ) und Chefarzt für Diabetologie für alle Krankenhäuser des Verbunds Katholischer Kliniken Düsseldorf (VKKD).

Professor Dr. med. Stephan Martin ist langjähriges Mitglied des Ärztlichen Sachverständigenbeirates des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales und Kuratoriumsvorsitzender der Stiftung „Motivation zur Lebensstil-Änderung-Chance bei Diabetes“ eine Tochterstiftung der Deutschen Diabetes-Stiftung. Zusätzlich ist er Mitglied von verschiedenen Stiftungen und Beiräten, wie der Deutschen Schlaganfall-Hilfe. Seine wissenschaftlichen Arbeiten - er hat über 100 wissenschaftliche Originalpublikationen zur Entstehung und Behandlung des Diabetes veröffentlicht - wurden durch eine Reihe an renommierten Wissenschaftspreisen wie dem Theodor-Frerichs-Preis der Deutschen Gesellschaft für Innere Medizin, dem Bennigsen-Foerder-Preis des Landes Nordrhein-Westfalen, dem Ernst-Friedrich-Pfeiffer-Preis der Deutschen Diabetes-Gesellschaft, sowie dem Bloomfield Award der American Academy of Continuing Medical Education. Er engagiert sich besonders für die ärztliche Fortbildung und ist wissenschaftlicher Leiter des DiabetesUpates und PraxisUpdates. Er hält jährlich Fortbildungsvorträge vor ca. 8.000 Ärzten. Auch für Patienten hält er regelmäßig sehr allgemeinverständliche Vorträge. In der NRZ Düsseldorf hat er seit 2 Jahren eine wöchentlich erscheinende Gesundheitskolumne. Er ist weiterhin Mitgründer des Deutschen Instituts für Telemedizin und Gesundheitsförderung (DITG), das mit dem Westdeutschen Diabetes- und Gesundheitszentrum (WDGZ) das medizinische Motivations-Coaching durchführt.

Das medizinische Motivationstraining wird im Westdeutschen Diabetes- und Gesundheitszentrum (WDWZ) als Basistherapie bei Typ 2 Diabetes bereits heute in der Regelversorgung eingesetzt. Dabei konnte bei einer Vielzahl an Patienten nach einer deutlichen Gewichtsabnahme eine schon länger andauernde Insulintherapie abgesetzt werden.

Ablaufplan:



Quelle: [www.nrw-gesund.info](http://www.nrw-gesund.info)

## 2.2 QUALITÄTSSTANDARDS

Grundsätzlich sollte das Angebot schriftlich in den folgenden Dimensionen dokumentiert werden: **Prozessqualität** (Anforderungen u. a. an den Angebotsablauf), **Strukturqualität** (Anforderungen u. a. an Kompetenzen, Ausstattung und Räumlichkeiten) und **Ergebnisqualität** (Anforderungen an die Zielerreichung). Als Anleitung dient auch der übergreifende [Praxisleitfaden zur Präventionswerkstatt NRW](#). Der [Leitfaden Prävention](#) des GKV-Spitzenverbandes kann ebenfalls, auch wenn er nur die Primärprävention fokussiert, als beispielgebend für die Strukturierung von gesundheitsorientierten Angeboten genutzt werden.

Selbstverständlich sind die für den Bereich Übergewicht/Adipositas bestehenden Leitlinien und Fachstandards aus dem medizinisch-therapeutischen Bereich zu beachten. Zu berücksichtigen sind zudem die Leitlinien „[Prävention und Therapie der Adipositas](#)“ sowie „[Ernährungsempfehlungen zur Behandlung und Prävention des Diabetes mellitus](#)“.

Weitere Informationen gibt es u. a. bei der „[Deutschen Adipositas Gesellschaft \(DAG\)](#)“ oder dem [Verband für Ernährung und Diätik e. V. \(VFED\)](#) sowie der [Deutschen Gesellschaft für Ernährung](#).

Darüber hinaus gelten die Kriterien zur Teilnahme am gesundheitstouristischen [Landesmarketing von Nordrhein-Westfalen](#). Diese orientieren sich an gängigen Marktstandards im Gesundheitstourismus und umschreiben die Voraussetzungen zur Teilnahme an der Produktmarke „NRW GESUND“ (siehe übergreifender [Praxisleitfaden](#)) jeweils für die Bereiche Beherbergung, gastronomisches Angebot sowie medizinisch-therapeutische Grundstandards.



## 2.3 VERMARKTUNG UND VERTRIEB

Vermarktung und Vertrieb bei Gesundheitsreisen gestalten sich anders als die herkömmlichen Wege und Distributionskanäle im Tourismus. Da sehr spezielle Zielgruppen mit individuellen Bedürfnissen angesprochen werden, müssen auch spezifische Kanäle genutzt werden. Darüber hinaus sind vor allem die gesundheitlichen Dienstleistungen stark erklärungsbedürftig. Die Mehrwerte des gesunden Urlaubsangebots gegenüber Angeboten im Wohnumfeld sollten klar erkennbar sein und das Vertrauen in fachliches Know-how geweckt werden.

### KUNDENANSPRACHE ENTSPRECHEND DER GÄSTEMOTIVATION

Wie können Urlaubsgäste mit dem gezielten Bedürfnis nach Entspannung und Stressbewältigung am besten erreicht werden? In der **Kommunikation** ist die jeweilige Motivation der einzelnen Teilzielgruppen im breiten Segment von Reisen zum Thema Übergewicht (Adipositas) entscheidend. Sie gibt die Kundenansprache und auch relevante Marketing- und Vertriebskanäle vor.

Dadurch kann man vorhandene Kommunikationswege mit geringem Streuverlust zielgenau für die verschiedenen Angebotsbereiche nutzen – „Special Interest“-Medien und -Kanäle sind hier die erste Wahl!

### MEHRWERTE UND KOMPETENZEN VERMITTELN

In der Kommunikation der Angebote steht der gesundheitliche Mehrwert im Vordergrund, der sich v. a. aus der **gezielten Beratung** in den Bereichen Ernährung und Bewegung zur Gewichtsreduktion definieren sollte.

- In erster Linie müssen die fachlichen Kompetenzen bezüglich des Themas „Übergewicht (Adipositas)“ dargestellt werden. Auch der Nutzen von einzelnen Kernanwendungen und Trainings-Einheiten sind

hervorzuheben. Liegen wissenschaftliche Studien vor, die sich auf Teile des Angebots beziehen, kann auf diese prominent hingewiesen werden (z. B. Darstellung der medizinischen Hintergründe und wissenschaftlichen Studien für das [Medizinische Motivationscoaching](#) des WDGZ (siehe S. 16 und 17))

- **Abläufe** des Programms sind **nachvollziehbar und laienverständlich** darzustellen: Den Gast bei Programmen eine sinnvolle Dramaturgie erkennen lassen und den Ablauf des Aufenthaltes beschreiben – was kann er erwarten? Helfen können dabei kurze Webvideos, die die Kompetenzen, Vorteile, komplexen Themen und ggf. komplizierten Abläufe einfach vermitteln können.

#### Infobox – Kundenansprache Zielgruppen „Übergewicht (Adipositas)“

##### Beispiele für zentrale Angebotsbereiche und Ansprachemechanismen

- ☑ **Normalgewichtige:** Gewicht halten, Attraktivität und Fitness steigern, „sich wieder wohlfühlen“, Tipps und Hinweise zu Ernährung und Bewegung, Tipps für den Alltag, gesunder Genuss etc.
- ☑ **Leicht Übergewichtige & Adipositas Grad I:** Abnehmen, Lebensstil verbessern, Anleitung für einen gesunden Lebensstil, Fitness steigern, Beweglichkeit und Kondition verbessern, Risiken für Folgeerkrankungen reduzieren, Ernährung umstellen, Sport trotz Übergewicht, eigene Belastungsgrenze kennen „den Hebel umlegen“, „Start in ein neues Leben“ etc.

## PLATTFORMEN UND KOOPERATIONEN IMMER WICHTIGER

Für den Vertrieb präventionsorientierte Gesundheitsangebote im Bereich Übergewicht (Adipositas) spielen zielgruppenspezifische Portale sowie Kooperationen eine große Rolle. Bei der Auswahl sollte zwischen geeigneten Portalen und Partnern aus dem Lifestylebereich für die Zielgruppe „Normalgewichtige“ sowie dem Indikationsbereich für die Gäste mit leichtem Übergewicht unterschieden werden.



### Infobox – Beispiele für Vertriebskanäle und Kooperationen im Bereich Übergewicht (Adipositas)

<p>Reiseveranstalter und -mittler</p>	<p>Reiseportale zu Gesundheitsreisen z. B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>☑ Plattformen der Projektpartner der Präventionswerkstatt: <a href="http://www.gesund.nrw-tourismus.de">www.gesund.nrw-tourismus.de</a>, <a href="http://www.teutoburgerwald.de">www.teutoburgerwald.de</a>, <a href="http://www.sauerlandzeit.com">www.sauerlandzeit.com</a></li> <li>☑ Reiseportale zu Gesundheitsreisen z. B.: <a href="http://Gesundheitsreise.de">Gesundheitsreise.de</a> (Beispielangebot), <a href="http://Fitreisen.de">Fitreisen</a> (Beispielangebot) etc.</li> </ul> <p>Zu beachten sind mögliche Provisionen bei Veranstaltern (ca.10-25%).</p>
<p>Online-Portale, Plattformen und Foren</p>	<p>Spezielle Websites fokussieren die jeweiligen Themen und können ggf. als Partner gewonnen werden. Sie können auch Platz für zielgerichtete Werbung bieten. Beispielhafte Informations-Portale für die Zielgruppen- bzw. Themenbereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>☑ Normalgewichtige: Lifestylemagazine, Wellness- und Gesundheitsjournale, z. B. <a href="http://www.meine-vitalitaet.de">www.meine-vitalitaet.de</a>, <a href="http://www.eatsmarter.de">www.eatsmarter.de</a>, <a href="http://www.shape.de">www.shape.de</a>, Frauenzeitschriften</li> <li>☑ Leicht Übergewichtige: <a href="http://www.adipositas-portal.de">www.adipositas-portal.de</a>, <a href="http://www.abnehm-portal.de">www.abnehm-portal.de</a></li> </ul>
<p>Weitere Kooperationspartner und Multiplikatoren</p>	<p>Empfehlungen von Fachverbänden und Selbsthilfeorganisationen, Ärzten, Ernährungsberatern, Krankenhäusern, Versicherungen etc.</p> <p>Kontaktpunkte mit der Zielgruppe über branchenübergreifende Kooperationen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>☑ <b>Fachverbände/Vereine/Selbsthilfeorganisationen:</b> <a href="http://Kompetenznetz Adipositas">Kompetenznetz Adipositas</a>, <a href="http://Dicke e. V.">Dicke e. V.</a>, <a href="http://Deutsche Adipositas Gesellschaft">Deutsche Adipositas Gesellschaft</a>, <a href="http://Adipositas Verband Deutschland e. V.">Adipositas Verband Deutschland e. V.</a>, <a href="http://plattform ernahrung und bewegung e. V.">plattform ernahrung und bewegung e. V.</a> etc.</li> <li>☑ <b>Andere Fachgesellschaften:</b> <a href="http://Deutschen Diabetes Gesellschaft">Deutschen Diabetes Gesellschaft</a>, <a href="http://Deutsche Gesellschaft zur Bekämpfung von Fettstoffwechselstörungen und ihren Folgeerkrankungen DGFF (Lipid-Liga) e.V.">Deutsche Gesellschaft zur Bekämpfung von Fettstoffwechselstörungen und ihren Folgeerkrankungen DGFF (Lipid-Liga) e.V.</a>, <a href="http://Deutsche Gesellschaft für Ernährung (DGE)">Deutsche Gesellschaft für Ernährung (DGE)</a>, <a href="http://Deutsche Gesellschaft für Sportmedizin und Prävention (DGSP)">Deutsche Gesellschaft für Sportmedizin und Prävention (DGSP)</a> etc.</li> <li>☑ Berufsverbände: <a href="http://Bundesverband Deutscher Ernährungsmediziner e.V.">Bundesverband Deutscher Ernährungsmediziner e.V.</a>, <a href="http://Verband der Diätassistenten - Deutscher Bundesverband e.V. (VDD)">Verband der Diätassistenten - Deutscher Bundesverband e.V. (VDD)</a>, <a href="http://BerufsVerband Oecotrophologie e. V. (VDOE)">BerufsVerband Oecotrophologie e. V. (VDOE)</a> etc.</li> <li>☑ <b>Renommierte Diät-Konzepte:</b> z. B. Weight Watchers, Almased</li> <li>☑ Fitnessstudios</li> </ul>

## ZIELFÜHRENDE MASSMAHMEN BEIM ONLINE-MARKETING

Die Herausforderung für Anbieter ist es, an den Stellen präsent zu sein, wo sich die Zielgruppen aufhalten. Gerade im Online-Marketing ergeben sich dazu vielfältige Möglichkeiten. Für alle Maßnahmen gilt es, genau abzuwägen, welche zielführend sind, und vor allem welche Ressourcen zur Verfügung stehen.



## ERFOLGSFAKTOR: GESCHLOSSENE INFORMATIONS- U. BUCHUNGSKETTEN

Grundsätzlich sichergestellt werden sollte die **Verknüpfung** der neuen Angebote auf der Betriebsebene **mit möglichst allen Leistungs- und vielfältigen Vermarktungspartnern**. Ziel muss die Schaffung einer weiträumigen Informations- und Buchungsumgebung sein, die weit über die eigene Website und Präsenz hinausgeht:

- Örtliche Tourist-Information/Kurverwaltung (sofern gesundheitstouristisch aktiv)
- Regionale Tourismusorganisationen (z. B. Teutoburger Wald, Sauerland etc.)
- Einbettung in das Landesmarketing im Rahmen des landesweiten Auftritts DEIN NRW GESUND
- Darstellung bzw. Verlinkung bei den jeweils am Programm beteiligten Leistungspartnern aus Beherbergung und Gesundheit
- Platzierung der Angebote und dazugehöriger Informationen mit individuellen Marketingmaßnahmen und weiteren Kooperationen je nach Zielstellung und Ressourcen (siehe oben)

Nur so können gemeinsam die notwendigen Reichweiten geschaffen werden. Konkrete Informationen zu den Beteiligungsmöglichkeiten zur neuen Produktmarke „NRW GESUND“ sind bei den Gesundheitsmanagern der Regionen, bei der Gesundheitsagentur NRW und bei Tourismus NRW zu erhalten (siehe S. 24).

### Infobox – ausgewählte Maßnahmen zum Online-Marketing für Übergewicht (Adipositas)

- **Eigene Website** als Visitenkarte: Buchbare Programme müssen leicht auffindbar sein. Ideal ist die Schaffung einer eigenen Landingpage für die Angebote zum Thema Übergewicht, Gewichtsmanagement, die bei Teilnahme an Kampagnen oder bei Kooperationen z. B. mit Mittlerportalen über Verlinkung angesteuert werden kann. Je nach Zielgruppe können neben Endkunden auch eigene Rubriken für Kassen, Ärzte oder andere Zuweiser Sinn ergeben.
- **Suchmaschinenmarketing:** Relevante Keywords/ Schlüsselbegriffe ermitteln und im Rahmen der Suchmaschinenoptimierung verwenden (z. B. gesund abnehmen, Gewicht reduzieren etc.).
- **PR, Blogs und Communities:** Die Platzierung von Inhalten zum Thema Übergewicht und Urlaub (Content Marketing) kann bspw. über die Zusammenarbeit mit meinungsbildenden Bloggern erreicht werden. Diese könnten z. B. im Rahmen eines Urlaubs für Betroffene mit leichtem Übergewicht eingeladen werden, um darüber glaubhaft zu berichten. Beispielblogs: <http://abnehm-blog.de>, <http://ran-an-den-speck.blog.de>
- **Social Media Plattformen:** Plattformen wie Facebook können mit einem eigenen Auftritt genutzt werden, um in erster Linie Kundenkontakte zu generieren. Beispielsweise lässt sich über Facebook über eine enge Zielgruppeneingrenzung gezielt Werbung schalten (im relevanten Themenumfeld)
- **m-health/Smartphone-Apps:** z. B. Noom-Coach (App zur Unterstützung beim Abnehmen durch Loggen der Lebensmittel, Sport-Tracking etc.)

## CHECKLISTEN

Die Reismotive, Reiseanforderungen und -bedürfnisse von normalgewichtigen Menschen, die „etwas für ihre Figur tun wollen“ und Menschen mit Übergewicht sowie Adipositas bis zum Grad I für ihren Urlaubsaufenthalt können sehr unterschiedlich sein.

In den nachfolgenden Checklisten werden für die im Rahmen der Präventionswerkstatt vordergründig fokussierten Gästegruppen alle wichtigen Informationen nochmals in einem Steckbrief zusammengefasst.

### „Normalgewichtige“

**Ansatz:** Im Urlaub sollen alltagstaugliche Tipps für die Verbesserung der Ernährungsweise gegeben werden sowie die Motivation für mehr Bewegung im Alltag gesteigert werden. Ziel ist eine Verbesserung des Körpergefühls.

**Mögliche Angebotsbereiche:** Ernährungsberatung, Kochkurse, Schnupperkurse für bestimmte Sportarten etc.

#### Produktmerkmale für Pauschalen und Einzelangebote:

Kernelemente	Ergänzungsbausteine
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Vorab: Fragebogen zum Ess- und Bewegungsverhalten</li> <li>✓ Individuelles Bewegungstraining</li> <li>✓ Individueller Ernährungsplan</li> <li>✓ Ernährungsberatung; Kochkurse</li> <li>✓ Ernährungs- und Trainingsplan für zu Hause</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Wellness</li> <li>✓ Entspannungsangebote</li> <li>✓ Natur- und Landschaftserlebnisse</li> <li>✓ Bildungsangebote</li> <li>✓ Kulturelle Angebote</li> </ul>

#### Qualitätskriterien:

- ☑ **Personalqualifikation:** Diätassistenten, Ernährungsberater, Ernährungswissenschaftler, Ökotrophologen, Personaltrainer, Sportwissenschaftler, Sport- und Gymnastiklehrer, Physiotherapeuten, Ärzte mit entsprechender Zusatzqualifikation, lizenzierte Übungsleiter der Turn- und Sportverbände
- ☑ **Unterkunft:** hohe Qualität in allen Bereichen, Orientierung an Landeskriterien NRW GESUND (z. B. Klassifizierung mit mindestens 3 Sternen (DEHOGA/DTV), ServiceQualität Deutschland), wünschenswert: Wellness- und Fitnessinfrastruktur inhouse/unmittelbar fußläufig erreichbar
- ☑ **Gastronomie:** gesunde und regionale Küche in Orientierung an Landeskriterien NRW GESUND (mindestens Verwendung regionaler und saisonaler Lebensmittel), Diätküche, Kalorienangaben am Buffet, bedarfsgerechte Ernährung nach den jeweils aktuellen [Lebensmittelbezogenen Empfehlungen](#) und [DGE-Beratungsstandards](#)
- ☑ **Komfort und Service:** Verleih von Ausrüstung (z. B. Nordic Walking-Stöcke) und Aufbewahrungsmöglichkeiten, Tipps für z. B. Laufstrecken in der Umgebung, Handtücher und kleine Wasserflaschen für Jogger an der Rezeption, Obst und Mineralwasser sowie Teekoher und entschlackende Tees auf dem Zimmer, „kalorienarme Minibar“, Trainingsmatten, Hanteln und Therabänder für Gymnastik auf dem Zimmer, Sport- und Fitnessspiele z. B. Wii Fit auf dem Zimmer, Nachbetreuung z. B. Newsletter mit Rezepttipps etc.

## „Gäste mit leichtem Übergewicht & Gäste mit Adipositas (Grad I)“

**Ansatz:** Im Urlaub sollen fachlich fundierte Anregungen zur Verbesserung des eigenen Lebensstils für eine angemessene Gewichtsreduktion und -stabilisierung gegeben werden und Verhaltensweisen eingeübt werden.

**Mögliche Angebotsbereiche:** Gesundheitsfachlich begleitete individuelle Programme (Bewegungsangebote, Ernährungsberatung, Verhaltenstherapie) zur Stärkung der Motivation und Handlungskompetenz zu einer eigenverantwortlichen und nachhaltigen Umstellung des Lebensstils.

### Produktmerkmale für Pauschalen und Einzelangebote:

Kernelemente	Ergänzungsbausteine
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Einholen von Informationen zur Anamnese (Fragebogen, ggf. Sichtung vorhandener medizinischer Befunde)</li> <li>✓ Telefonat zur Klärung individueller Ziele</li> <li>✓ Ärztlicher Eingangsscheck</li> <li>✓ Individuelles Bewegungstraining und Ernährungsplan</li> <li>✓ Trainings/Schulungen zu Ursachen des Übergewichts, Erkennen und Verändern situationsabhängigen, flexible Verhaltenskontrolle, Einüben des verbesserten Koch- und Einkaufsverhaltens)</li> <li>✓ Essverhaltens</li> <li>✓ Abschlussuntersuchung</li> <li>✓ Individueller Ernährungs- und Trainingsplan für zu Hause</li> <li>✓ Nachbetreuung: Instruktion eines wohnortnahen Therapeuten (auf Wunsch) oder telefonische oder telemedizinische Nachbetreuung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Wellness</li> <li>✓ Natur- und Landschaftserlebnisse</li> <li>✓ Ernährungsberatung; Kochkurse</li> <li>✓ Anerkannte Entspannungsverfahren</li> <li>✓ Bildungsangebote</li> </ul>

### Qualitätskriterien:

- ☑ **Personalqualifikation:** Ärzte mit Fortbildungsnachweis gemäß dem Curriculum Ernährungsmedizin der Bundesärztekammer und der Deutschen Gesellschaft für Ernährungsmedizin, Ernährungsmediziner, Sportmediziner, auf Adipositas geschulter Personal-Trainer, Diätassistent, Ernährungsberater, Ökotrophologen, Verhaltenstherapeuten, Physiotherapeuten, Sportwissenschaftler, Erzieher, Gesundheitspädagogin und Heilpädagogin mit einer Zusatzqualifikation im Bereich Entspannung
- ☑ **Unterkunft:** hohe Qualität in allen Bereichen, Orientierung an Landeskriterien NRW Gesund (z. B. Klassifizierung mit mindestens 3 Sternen (DEHOGA/DTV), ServiceQualität Deutschland, Wohlfühl- und Entspannungsambiente und Atmosphäre, wünschenswert: Wellnessinfrastruktur inhouse/unmittelbar fußläufig erreichbar, im Umfeld besteht die Möglichkeit für kulturelle Angebote und zur Ausübung von sanften, naturnahen Sportarten
- ☑ **Gastronomie:** gesunde und regionale Küche in Orientierung an Landeskriterien NRW GESUND (mindestens Verwendung regionaler und saisonaler Lebensmittel), Diätküche, Kalorienangaben am Buffet, bedarfsgerechte Ernährung nach den jeweils aktuellen [Lebensmittelbezogenen Empfehlungen](#) und [DGE-Beratungsstandards](#)
- ☑ **Komfort und Service:** siehe Komfort und Service für „Normalgewichtige“ sowie zusätzlich persönliche Begrüßung durch medizinisch-therapeutische Programmleitung etc.

## IHRE ANSPRECHPARTNER/-INNEN

Sie haben allgemeine Fragen zur Präventionswerkstatt NRW oder spezielle Fragen zur Produktentwicklung im Bereich Übergewicht (Adipositas)? Gerne stehen Ihnen folgende Ansprechpartner/-innen der Präventionswerkstatt zur Verfügung:



### Tourismus NRW e. V.

Christiane Wipperfürth  
-Produktmanagerin Gesundheit-  
Projektleiterin Präventionswerkstatt NRW  
Völklinger Straße 4  
40219 Düsseldorf

Tel. 0211.91 32 05 22

Fax 0211.91 32 05 55

wipperfuerth@nrw-tourismus.de

[www.dein-nrw.de](http://www.dein-nrw.de)

[www.touristiker-nrw.de](http://www.touristiker-nrw.de)

[www.nrw-gesund.info](http://www.nrw-gesund.info)



### Gesundheitsagentur NRW GmbH

Achim Bädorf  
-Geschäftsführer-  
Projektleiter Präventionswerkstatt NRW  
Kölnerstraße 13  
53902 Bad Münstereifel

Tel. 02553.5 44 6 88

Fax 02553.5 44 6 90

info@gesundheitsagentur-nrw.de

[www.gesundheitsagentur-nrw.de](http://www.gesundheitsagentur-nrw.de)

[www.nrw-gesund.info](http://www.nrw-gesund.info)



### Sauerland-Tourismus e. V.

Lars Morgenbrod  
-Projektleiter Präventionswerkstatt NRW-  
Johannes-Hummel-Weg 1  
57392 Schmallenberg

Tel. 02974.96 98 19

Fax 02974.96 98 33

lars.morgenbrod@sauerland.com

[www.sauerlandzeit.com](http://www.sauerlandzeit.com)

[www.nrw-gesund.info](http://www.nrw-gesund.info)



### Teutoburger Wald Tourismus,

Fachbereich der OstWestfalenLippe GmbH  
Markus Backes  
-Projektleiter Präventionswerkstatt NRW-  
Jahnplatz 5  
33602 Bielefeld

Tel. 0521.9 67 33 27

Fax 0521.9 67 33 19

m.backes@teutoburgerwald.de

[www.teutoburgerwald.de](http://www.teutoburgerwald.de)

[www.nrw-gesund.info](http://www.nrw-gesund.info)





# IMPRESSUM

## Herausgeber

*Tourismus NRW e. V.*  
Vertretungsb. Vorstand: Olaf Offers  
Geschäftsführung: Dr. Heike Döll-König  
Völklinger Straße 4  
40219 Düsseldorf  
Tel. 0211.9 13 20 50 0  
Fax.0211.9 13 20 55 5  
info@nrw-tourismus.de  
**www.dein-nrw.de**

Registergericht: Amtsgericht Düsseldorf  
Vereinsregisternummer: VR 10493  
V.i.S.d.P. & Verantwortlicher gem. § 55 Abs. 2  
Rundfunkstaatsvertrag: Markus Delcuve  
Völklinger Straße 4, 40219 Düsseldorf

## Mitherausgeber

*Gesundheitsagentur NRW GmbH*  
Kölnerstraße 13  
53902 Bad Münstereifel  
Tel. 02553.5 44 68 8  
Fax 02553.5 44 69 0  
info@gesundheitsagentur-nrw.de  
**www.gesundheitsagentur-nrw.de**

*Sauerland-Tourismus e. V.*  
Johannes-Hummel-Weg 1  
57392 Schmallenberg  
Tel. 02974.9 69 81 9  
Fax 02974.9 69 83  
**www.sauerland.com**

*Teutoburger Wald Tourismus,*  
Fachbereich der OstWestfalenLippe GmbH  
Jahnplatz 5  
33602 Bielefeld  
Tel. 0521.9 67 33 27  
Fax 0521.9 67 33 19  
**www.teutoburgerwald.de**

## Text und Redaktion

*PROJECT M GmbH*  
Christoph Creutzburg  
Maike Grieshaber  
**www.projectm.de**

*KECK Medical GmbH*  
Dr. Andreas Keck  
**www.keck-medical.com**

## Projekträger

*Tourismus NRW e. V.*  
Völklinger Straße 4  
40219 Düsseldorf  
**www.dein-nrw.de**

## Bildnachweise

Shutterstock (S. 6, 7, 10, 15, 18, 20, 21),  
Flaticon (S. 5)  
Alle weiteren Bilder: Gesund in NRW,  
© Dominik Ketz

## Erscheinungsjahr: Mai 2015

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