

Projektbeschreibung Produktmarke „Vital- Urlaub MV tut gut“ (Arbeitstitel)

Erschließung der regionalen Wachstumspotenziale durch Verknüpfung und Bündelung von Ressourcen in gesundheitstouristischen Netzwerken der Regionen Rostock/Graal-Müritz, Westmecklenburg und Vorpommern vorrangig für die KMU-Hotellerie in MV

Zusammenfassung

Das Ziel des Projektes ist die regionale Untersetzung und Realisierung des Masterplanes Gesundheitswirtschaft MV und der Landestourismuskonzeption 2010. Arbeitsgrundlage dafür sind die bestehenden Netzwerke und die touristische Infrastruktur in den Pilotregionen. Die Produktmarke konzentriert sich auf medizinisch fundierte und qualitätsgesicherte Angebote für Selbstzahler im mittleren Preissegment vorrangig in KMU-Hotels. Mit dem Projekt soll eine erste Entwicklungsstufe bearbeitet werden. Im Gesamtergebnis können einzelne regionale Netzwerke mit insgesamt ca. 50 Vital- Hotels entstehen, die die Angebotspalette von Reha- Kliniken, Wellness- Hotels und touristischen Leistungen im Gesundheitsland MV qualitativ und quantitativ wesentlich ergänzen. Das Konzept „Vital- Urlaub MV tut gut“ geht von der Angebotsveredelung der Grundbedürfnisse wie essen, trinken, entspannen, schlafen, wandern usw. aus, die jeder Gast im Urlaub in Anspruch nimmt. Der Bedarf an derartigen Angeboten ist gegeben, wie Analysen und Nachfragen zeigen. Es handelt sich auch um ein Vorhaben aus dem Masterplan Gesundheitswirtschaft des Landes MV - Netzwerk von KMU-Hotels - vgl. S.63 Masterplan.

Das Projekt konzentriert sich auf folgende Zielstellungen:

1. Etablierung einer neuen buchbaren Produktmarke Vital- Urlaub (z.Z. der Arbeitstitel) mit Angeboten zur gesundheitsfördernden Ernährung und Bewegung sowie Entspannung als ein gesundheitstouristisches Basisprogramm vorrangig für die Vor- und Nachsaison
2. für die KMU-Hotellerie entsteht ein neues Produkt in Ergänzung zum Schlafen und Essen
3. nachhaltige Profilierung der Projektpartner als zukünftige Produkt-, Marketing-, Transfer- und Trainingspartner für gesundheitstouristische Produkte in MV
4. Entwicklung von 3 Pilotstandorten mit Vital- Hotels für das mittlere Preissegment in MV
5. Bündelung und Organisation von 3 regionalen Netzwerken zur Absicherung der Vital-Angebote
6. Zielgerichtete und bessere Erschließung der vorhandenen regionalen Ressourcen

Mai 2008

1 Antragsteller, Akteure

1.1 Vorstellung des Antragstellers mit Projektgemeinschaft und die Geschäftsfelder

Der Antragsteller ist die **Private Wirtschafts- und Technikakademie GmbH** in Warnemünde, die das Projekt in Kooperation mit etwa 30 Partnern, insbesondere mit der **Profil Gesellschaft für Struktur-, Unternehmens- und Personalentwicklung mbh in Schwerin** und dem **BALTIC TEAM e. V. / DIE WOHLFUEHLSCHULE** bearbeitet.

Die Projektgemeinschaft wurde zum Zweck der Projektbearbeitung gebildet.

Die Private Wirtschafts- und Technikakademie GmbH (WTA) wurde im Jahre 1990 als Bildungsträger mit Sitz im Warnemünder Technologiezentrum gegründet und ist seit der Zeit mit Erfolg auf dem Markt tätig. Bisher haben ca. 12.000 TeilnehmerInnen in den 18 Jahren an berufsbegleitenden Kursen oder anderen Qualifizierungsmaßnahmen teilgenommen. Die WTA hat einen festen Stamm von rund 80 Kooperationspartnern. Dazu gehören zum Beispiel 35 Hotels, Reiseveranstalter/-büros, Werbe- und Softwarefirmen, die Firma Nordex, die beiden Reedereien Scandlines und Laeisz in Rostock, DOT GmbH Rostock u. a. m.

Für die Durchführung der Projekte und Qualifizierungsmaßnahmen steht ein Team von 15 internen und externen Mitarbeitern zur Verfügung.

Die WTA ist Mitglied im BioCon Valley Verbund.

Die Profil Gesellschaft für Struktur-, Unternehmens- und Personalentwicklung mbh in Schwerin ist gemeinsam mit der IHK zu Schwerin Initiator des Netzwerkes „Gesundheitswirtschaft Mecklenburg – Schwerin“ und Managementträger. Profil bearbeitet die Schwerpunkte „Ernährung und Wirtschaft“ sowie mit der HS Wismar „Licht“ eigenverantwortlich.

Profil ist Mitglied bei BioCon Valley, des Unternehmerverbandes Norddeutschland - Mecklenburg - Schwerin und ist maßgeblich in leistungsfähigen Netzwerken der regionalen Wirtschaft und Bildung mit wirkungsvollen Anbindungen an bundesweiten Strukturen tätig.

BALTIC TEAM e. V. / DIE WOHLFUEHLSCHULE ist seit dem Jahre 2005 Staatlich anerkannte Einrichtung der Weiterbildung. Seit 2003 hat sie sich konsequent als spezialisierter Bildungsträger für die Gesundheitsbildung entwickelt und ein Netzwerk mit rund 35 Dozenten und Kursleitern aufgebaut. Verschiedene Netzwerke, Einrichtungen, Firmen und Bildungsträger nutzen das spezielle Profil in der erfolgreichen Zusammenarbeit.

1.2 Beschreibung der beteiligte Akteure – Netzwerk und Beziehung zum Antragsteller

Für das Projekt und dessen Realisierung wird folgende Projekt- und Netzwerkstruktur zugrunde gelegt, vgl. auch Anlagen.

Die Projektpartner vereinbaren mit der WTA Werks- bzw. Honorarverträge.

Aktivitäten und Referenzen der WTA

Die WTA hat bisher an 4 größeren EU- Projekten mitgearbeitet, letztmalig 2004 bis 2006 am Projekt MeCMap mit 6 EU-Partnern zum Thema interkulturelle Kompetenz.

Von 2005 bis Februar 2008 arbeitete das WTA-Team am Projekt WebLeEx – webbasiertes Lernen für den Export, ein Internetportal mit einem Schwerpunkt Hotellerie.

Im Land Brandenburg wurde 2004/ 2005 ein Leader + Projekt mit 7 Hotels begleitet.

Die WTA ist Mitglied im Verein BioCon Valley, im Innovations- und Bildungszentrum Hohen Luckow sowie im Institut für Innovationstransfer in Torgelow.

Prof. Dr. Armin Stöhr ist berufener Experte an der polnischen Fachhochschule in Walcz und im Expertenteam für Wohlfahrtsverbände an der Akademie für Sozialwirtschaft und Altenpflege GmbH in Schwerin.

Aktuell begleitet die WTA GmbH den Fremdenverkehrsverein „Hoher Fläming“ zum Thema „Professionalisierung und Neustrukturierung eines Fremdenverkehrsvereins“.

Derzeit befinden sich rund 850 TeilnehmerInnen in beruflicher Weiterbildung, u. a. für Hotels und Tourismusfirmen zu folgenden Themenschwerpunkten:

- touristische Produktentwicklung
- regionale Vernetzung von touristischen Betrieben
- internationale Vermarktung
- Business Englisch für die Hotellerie
- e-Kommunikation in der Hotellerie
- Projektmanagement
- Tourismusmarketing.

Jährlich werden 35 bis 40 Firmen bei der beruflichen Fortbildung branchen- und arbeitsplatzbezogen betreut. Weiterhin wird laufend an dem webbasierten WTA-Trainingsportal zum Komplex Hotellerie gearbeitet, z.B. zum Thema Servicequalität.

Aktivitäten und Referenzen von Profil

Profil hat ein Branchentreffen „Ernährungswirtschaft“ in West-Mecklenburg initiiert, bereitet weitere vor, arbeitet im Arbeitskreis „Gesundheit“ der Stadt Schwerin und ist auf den Gebieten regionaler Wirtschaftsentwicklung tätig.

Profil arbeitet vorrangig mit kleinen und mittleren Unternehmen zusammen und stellt sich in der Beratungstätigkeit die Aufgabe, in Kooperation mit den Universitäten Greifswald und Rostock, den Hochschulen Wismar und Stralsund, dem Technologiezentrum Vorpommern und zahlreichen wissenschaftlichen Einrichtungen für Innovation, Know-How-Transfer, Produkt- und Verfahrensentwicklungen und einer hohen Wertschöpfung zum Nutzen der regionalen Wirtschaft Impulse zu geben und begünstigende Bedingungen schaffen zu helfen.

Profil war und ist an einer Reihe von europäischen Projekten und Netzwerken beteiligt, wie zum Beispiel: „Baltic Net – Plasma TEC“, „NEMO MOPLAST“, BMBF- Netzwerk Bildungstransfer in’ s Baltikum, Equal – Projekt „Chancengleichheit“, Projekt „Management des Wandels der Region Vorpommern“ und leitet hier Teilprojekte.

Profil ist darüber hinaus Gründungsmitglied der Akademie für Sozialwirtschaft und Altenpflege Schwerin e.V. und vertritt hier die Kompetenzbereiche gesunde Lebensweise, Ernährung im Alter, sowie des Institutes Demografischer Wandel und Beschäftigung e.V. Hier stehen Fachkräfte- und Kompetenzentwicklungen, Unternehmensstrategien und –kultur sowie Entwicklungen von Regionen und Kommunen im Mittelpunkt.

Profil ist in Strukturen Mecklenburg-Schwerins verwurzelt und sehr erfahren im Management von Netzwerken und Projekten.

Aktivitäten und Referenzen von BALTIC TEAM e. V. / DIE WOHLFÜHLSCHULE

Von 2003 bis Ende 2007 wurden rund 175 Seminarreihen und Kurse in Rostock und Umgebung zu Nordic Walking, zum Thema „Mein Wohlfühlgewicht“ und zu den fernöstlichen Bewegungskünsten Tai Chi, Qigong und Yoga, mit ca. 2200 TeilnehmerInnen durchgeführt.

Darüber hinaus fanden regelmäßig Informationsveranstaltungen, Vorträge und Wochenend-Workshops zu Themen der Gesundheitsförderung und Prävention statt.

Seit 2004 wurden insgesamt 15 regionale Gesundheitstage durchgeführt, bei denen Partner der Gesundheitswirtschaft ihre Leistungen vorgestellt haben.

Im Juni 2007 beendeten 12 Qigong- KursleiterInnen erfolgreich ihre Ausbildung mit einem Zertifikat. Diese KursleiterInnen sind u. a. im Gesundheitstourismus tätig.

Bis Februar 2008 wurden an 16 verschiedenen Standorten in MV 174 ErzieherInnen von Kindertagesstätten in einem geförderten Projekt zum Thema „Integrierte Gesundheitserziehung – Fit für’s Leben“ weitergebildet.

Betriebliche Gesundheitsförderung wie: Inhouse-Kurse im Auftrag der Ostseesparkasse in Rostock und Güstrow, Kurse in Rostocker Schulen zum Thema Gesundheitserziehung, Seminare (SCHILF- Tage) zur Gesundheitserziehung/ -vorsorge Kurse zum Thema gesunder Rücken in Handwerksbetrieben

Veranstaltungsreihen wie: „Familie aktiv“ im IGA- Park zur Präsentation der regionalen Gesundheitswirtschaft in Zusammenarbeit mit der AOK MV und dem IGA- Park mit 4 Veranstaltungen, 30 verschiedenen Ausstellern und ca. 1.500 Besuchern in 2004

Organisation und Durchführung von Gesundheitstage in Kühlungsborn, in Bastorf sowie in Graal-Müritz, aktive Mitwirkung am Warnemünder Gesundheitsgarten, BARMER- Aktionswoche 2005 „Deutschland bewegt sich“, Familien- und Gesundheitstag 2006 bei Frauen in die Wirtschaft e. V., am Gesundheitstag 2005 der DAK, Aktionstage „Evershagen bewegt sich“; an der Gesundheits- und Umweltwoche 2006 in Rostock, Workshopreihen im Juli und August 2007 gemeinsam mit dem IGA Park zu fernöstlichen Bewegungskünsten Qigong und TaiChi.

1.3 Bedeutung des Projektes für die Regionen in MV

Die vorhandenen regionalen Ressourcen und regionalen Kooperationsmöglichkeiten in MV werden nach Einschätzung laut Masterplan Gesundheitswirtschaft und der Landestourismuskonzeption 2010 unzureichend genutzt.

Die Etablierung einer neuen **buchbaren Produktmarke** Vital-Urlaub mit Angeboten zur gesundheitsfördernden Ernährung und Bewegung sowie Entspannung als ein gesundheitstouristisches Basisprogramm hat für die durchgängige Beschäftigung von Arbeitskräften in den KMU-Hotels eine besondere Bedeutung. Die Abwanderungen von jungen Menschen aus der Hotelbranche soll damit entgegen gewirkt werden. Die vorhandene touristische Infrastruktur soll besser in der Vor- und Nachsaison genutzt werden, z.B. das Aquadrom in Graal-Müritz.

Die Produktmarke Vital-Urlaub soll der regionale Kristallisationspunkt für eine entsprechende Kooperation werden. Damit sollen an drei Pilotstandorten regionale Netzwerke zur Absicherung der Vital-Angebote organisiert werden, die eine vielschichtige Bedeutung erlangen können.

Das noch **junge sporttouristische Produkt und Netzwerk Darss Marathon** mit ca. 15.000 Übernachtungen und rund 1 Mio. € Umsatz jedes Jahr im Mai zeigt die vorhandenen und ungenutzten Potentiale.

Die regionalen Heilmittel wie z.B. Kreide und Moor oder auch Landwirtschaftsprodukte können durch ein Gesundheitsurlaubspaket besser erschlossen werden.

Die Vielfalt der Möglichkeiten und regionalen Unterschiede werden sich in der Bearbeitung zeigen. Bestehende Netzwerke und Kooperationen werden einbezogen wie Tourismusverbände, wirtschaftliche Vereinigungen, Unternehmerverbände, Sportverbände sowie regionale Vereine.

Vgl. Anlage

1.4 Bisherige Aktivitäten – Referenzen, sh. Punkt 1.2

2 Problembeschreibung

2.1 Darstellung der Ausgangslage und Bedarfssituation zur Projektdurchführung

Die Situations- und Bedarfsbeschreibung konzentriert sich auf das mittlere Preissegment der KMU-Hotels. Aus dem Masterplan Gesundheitswirtschaft und der Landestourismuskonzeption 2010 sind Analysen, Maßstäbe und Orientierungen abgeleitet worden. Außerdem wurden die Ergebnisse der Gästebefragung 2006 in Graal – Müritz berücksichtigt. Weitere vorhandene Studien und Gästebefragungen in einzelnen Regionen fanden Berücksichtigung sowie die Jahresstudien Tourismusbarometer.

Die **Situation** ist dadurch gekennzeichnet, dass gemessen an den Möglichkeiten in MV und den gesetzten Maßstäben die derzeitigen **Produkte und Angebote** für eine gesündere Ernährung im Tourismus nur auf wenige Beispiele begrenzt sind. Es bestehen landesweit Defizite für gesunde, typisch regionale Menüs, Speisen und Getränke sowie beim Ausschöpfen der Potenziale der einheimischen Ernährungswirtschaft. Dem gegenüber sind die Angebote für Bewegung in den letzten Jahren deutlich gewachsen, allerdings oft nur als vereinzelte Aktionen/Events und weniger als integraler Bestandteil von gesundheitsfördernder und nachhaltiger Urlaubs- und Lebensgestaltung. Eine ähnliche Einschätzung trifft auch auf die vielfältigen Angebote für die Entspannung zu.

Die Verknüpfung von Produkten und Leistungen der Ernährungs- und Gesundheitswirtschaft zu **buchbaren** ganzheitlichen gesundheitspräventiven Angeboten – Ernährung – Bewegung – Entspannung fehlt weitgehend.

Die **Qualität** und das **Preis- Leistungsverhältnis** der vorhandenen gesundheitstouristischen Angebote haben z. T. erhebliche Unterschiede. Anerkannte Qualitätskriterien für einen gesundheits-

touristischen Vital-Urlaub fehlen z.Z. noch. Die Service- und Dienstleistungskultur ist nicht durchgängig zufrieden stellend, so wird es in Analysen eingeschätzt.

Das **Marketing** für gesundheitspräventive Angebote ist adäquat zur fehlenden Profilierung dieses Tourismussegments unbefriedigend. Eine gezielte Ausrichtung auf soziodemografische Zielgruppen fehlt. Die Orientierung am bzw. Feststellung des individuellen Nachfrage- und Präventionsbedarf/s ist als Leistungsmerkmal und damit auch im Marketing kaum vorhanden. Verbindungen zu touristischen Marketingkampagnen sind häufig auf Wellness (passives Wohlfühlen) reduziert.

Die regionale touristische Infrastruktur und die gesundheitlichen Dienstleistungsangebote sind mit den Angeboten der Hotels sehr oft unzureichend vernetzt. Es fehlen entsprechende branchenübergreifende **Netzwerke**. Es gibt zu wenig organisierte regionale Wertschöpfungsketten.

Die Wirkungen und die Ausstrahlung auf die Regionen bleiben unter den Möglichkeiten.

Der **Bedarf** an thematischen, qualitätsgesicherten gesundheitstouristischen **Produkten und Angeboten** ist vorhanden und wächst, kann aber derzeit in MV nur unzureichend befriedigt werden. KMU-Hotels in MV haben die Chance, sich als Vital-Hotels im mittleren Preissegment zu profilieren, modular aufgebaute, gesundheitstouristische Produkte anzubieten und damit auf den wachsenden gesundheitstouristischen Markt zu reagieren. Nachgefragt werden Paketangebote, in denen sich die Kompetenzen der Regionen für Gesundheitsvorsorge und Prävention widerspiegeln und Angebote und Leistungen aufeinander abgestimmt sind.

Das zu entwickeln, zu erproben und zu vermarkten war den Hoteliers und Experten vor Ort sowie die regionalen Verbände bisher nicht möglich.

Die **Qualitätssicherung** und Zertifizierung sowie **Qualifizierung und Weiterbildung** sind wesentliche Bestandteile dieser Konzeption. Dazu sind **Netzwerke** und Kooperationen zwischen Hotels, Dienstleistern der Gesundheitswirtschaft und Kompetenzträgern sowie mit Interessenvertretungen und Verbänden, z. B. Tourismusverband, Bäderverband, Sportbund, DEHOGA, Agrarmarketing MV u. a. erforderlich. Vielfach werden mehr Möglichkeiten zur Individualisierung und Erweiterungsoptionen für gesundheitstouristische Angebote gewünscht, z.B. alters- und lebenslagengerechte Angebote zur ganzheitlichen Gesundheitsvorsorge und Prävention. Das stellt eine Chance dar.

Für die Stimulierung der Nachfrage ist ein **zielgruppen-orientiertes Marketing** mit regionaler Identität, mit Angeboten für spezifische Bedürfnisse (z.B. Menschen mit gesundheitlichen oder Mobilitätseinschränkungen), mit Informationen und Wissensvermittlung sowie zur Motivation für einen Vital-Urlaub in MV erforderlich. Das kann durch das einzelne KMU-Hotel meistens nicht mit der erforderlichen Professionalität geleistet werden. Ein Vital-Urlaub in MV muss über die Hotels, Regionen und Regionen übergreifend vermarktet werden. Partner für die Vermarktung ist der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern. Die gezielte Einbeziehung der einheimischen Bevölkerung in saisonverlängernde Maßnahmen ist wirtschaftlich und gesundheitspolitisch von positiver Wirkung. Zusammengefasst besteht aus Sicht der KMU-Hotellerie ein Bedarf an einem professionellen Partner-Netzwerk MV das eine Produktgestaltung im o.g. Sinne, die Nachnutzung, die Netzwerkarbeit, Marketing, Qualitätssicherung und Weiterbildung für die KMU-Hotellerie aktiv fördert.

Mit dem vorliegenden Projekt sollen dafür wesentliche Grundlagen geschaffen werden.

2.2 Die Projektziele und der zu erwartende wirtschaftliche Nutzen für den Antragsteller

Zielstellung des Projektes ist die Bündelung und Verknüpfung der regionalen Potenziale und vorhandenen Ressourcen für gesundheitstouristische Angebote der KMU- Hotels. Verknüpft werden

- bevorzugt regionale *Produkte der gesunden Ernährung* (Ernährungswirtschaft),
- *gesundheitspräventive Dienstleistungen* (Bewegung, Entspannung),
- *medizinische Dienstleistungen* (Vitalitätsuntersuchungen) und
- *ausgewählte Produkte der Life- Science- Industrie.*

An *Standorten* mit geeigneten natürlichen und materiell- technischen Voraussetzungen entstehen damit *buchbare, regionale, ganzheitliche und medizinisch fundierte gesundheitstouristische Produkte* unter der Bezeichnung „**Vital- Urlaub in MV tut gut**“. Diese Produkte können

- in der KMU- Hotellerie mit vergleichsweise *geringen Investitionen* realisiert werden,
- tragen zur *Profilierung des mittleren Preissegments* im Gesundheitstourismus bei,
- bringen für die KMU- Hotels *Wettbewerbsvorteile durch Alleinstellungsmerkmale*,
- tragen in den jeweiligen (ländlichen) Regionen zur *Verbesserung der Gesundheitsvorsorge und Prävention für die ansässige Bevölkerung* bei und
- sind als *Auslandsangebot für Skandinavien, Schweiz und Österreich* geeignet.

Im Projekt erfolgt

- die inhaltliche Entwicklung des Konzeptes „Vital- Urlaub in MV *tut gut*“ mit den Modulen
 - standortbezogene Produktspezifikation mit bevorzugt regionalen Produkten,
 - standortbezogenes Marketingkonzept mit aktiver Vertriebsunterstützung der Hotellerie
 - standortbezogenes Qualitätskonzept mit den Elementen Produktqualität, Servicequalität, Standort- und Ausstattungsqualität unter Einbeziehung der Gäste,
 - produktbezogene Weiterbildungs- und Trainingsprogramme,
- die Spezifizierung und Implementierung an 3 Pilotstandorten mit jeweils 3-4 Hotels und Netzwerkpartnern,
- die Erprobung und Evaluierung während einer kompletten Tourismussaison und
- die Entwicklung des Nachnutzungskonzeptes als nachhaltige Dienstleistung des Projektträgers.

Folgende Ergebnisse werden mit der Projektrealisierung angestrebt und erwartet:

- aus Sicht der Gesundheitswirtschaft / des Gesundheitstourismus
 - Best- practice- Beiträge auf Branchenkonferenzen Gesundheitswirtschaft zur Initiierung der Nachnutzungsprozesse (Präsentation, Vitalcheck, praktische Bewegungsübungen)
 - Bereitstellung eines nachnutzungsfähigen gesundheitstouristischen Produktes (Basisprogramm), insbesondere für die KMU- Hotellerie, als Beitrag zur Umsetzung des Masterplans Gesundheitswirtschaft und der Landestourismuskonzeption
 - Entwicklung der Grundlagen für eine medizinisch fundierte, qualitätsgesicherte gesundheitstouristische Produktmarke
 - Ressourcenbündelung durch Nutzung vorhandener, z. T. branchenübergreifender Netzwerke
 - Erschließung des mittleren Preissegments für gesundheitstouristische Zielgruppen
 - Erschließung der Bevölkerung als Zielgruppe, insbesondere in ländlichen Regionen
 - Angebote für ausländische Touristen, z.B. für Skandinavien, die Schweiz und Österreich
 - nachhaltige Erweiterung von Wertschöpfungsketten
 - Sicherung vorhandener Arbeitsplätze / Ansiedlung zukunftsorientierter Arbeitsplätze
- aus Sicht der KMU- Hotellerie
 - Angebotsprofilierung im mittleren Preissegment im Gesundheitstourismus
 - Entwicklung zum Ganzjahrestourismus durch Erhöhung der Auslastung
 - Verbesserung der Ertragslage in der KMU- Hotellerie
 - nachhaltige Kundenbindung, u. a. durch produktbezogene Information und Kommunikation
 - nachhaltige Anpassung an die Veränderungen des Tourismusmarktes infolge des demografischen Wandels, vor allem durch Erschließung neuer Zielgruppen
 - Sicherung vorhandener Arbeitsplätze / Ansiedlung zukunftsorientierter Arbeitsplätze
- aus Sicht der Projektgemeinschaft
 - Profilierung zum Produkt-, Marketing-, Transfer- und Trainingpartner
 - Dienstleistungsangebote der Gruppe zur Nachnutzung des Programms Vital- Urlaub
 - Sicherung und Erweiterung der Arbeitsplätze insbesondere im Bereich von produkt- und arbeitsplatzbezogener Bildung sowie Training, Coaching und Beratung
- aus Sicht des Gastes
 - qualitätsgerechte Angebote für den Vital-Urlaub im mittleren Preissegment
 - Urlaub als bezahlbaren Gesundheitsurlaub
 - Nachbetreuungsangebote
 - Ganzjahresangebote

2.3 Geplante Umsetzung des Projektes – Projektabschnitte und Verlauf

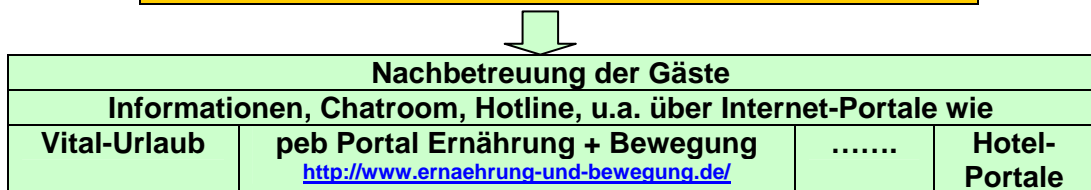
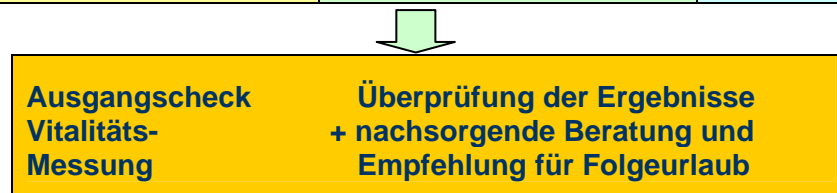
Die nachfolgende Übersicht sowie die Anlage 2 zeigen die Projektentwicklung in der Gesamtübersicht und in den einzelnen Arbeitsphasen für das Paket „**Vital-Urlaub in MV tut gut**“.

Es ist als Stufenkonzept aufgebaut im Sinne der nachhaltigen Weiterentwicklung sowie die nachhaltige Einführung in die gesundheitstouristische Angebotsstruktur in MV insgesamt.

Dabei wird davon ausgegangen, dass ein Gesundheitsland MV ein breites Angebot im mittleren Preissegment präsentieren muss und sich nicht auf die „Leuchttürme“ wie Heiligendamm, Travel Charme Hotels u.ä. beschränken kann.

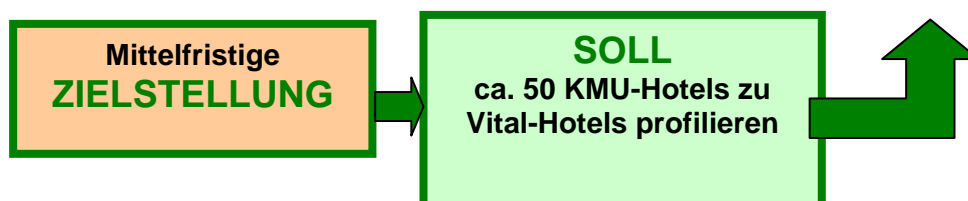
Entwicklungsstufen und Markteinführung einer Produktmarke „Vital- Urlaub in MV tut gut“

Eingangscheck	Stufe 1 Basisprogramm 2008 – 2010	Stufe 2 Aufbauprogramm 2009 – 2011	Stufe 3 Premiumprogramm 2010 - 2012
Vitalitäts-Messung + Beratung	<ul style="list-style-type: none"> • Ernährungsprogramme • Bewegungsprogramme • Entspannungsprogramme 	<ul style="list-style-type: none"> • europäische und fernöstliche Entspannungstechniken. a. m 	<ul style="list-style-type: none"> • Rekonvaleszenz-Angebote • z.B. therapeutisches Reiten u. a. m.



Nachhaltige Markteinführung ↓

Urlaub in MV	Wellness-Urlaub		VITAL-URLAUB	Rehabilitation	Therapie-Angebote
	Wohlfühl-Urlaub	Präventions-Urlaub			
	Wellness	medical-wellness			
Hotels, Ferienwohnungen Jugendherbergen Landhotels, u.a.	ausstattungsorientiert, sehr hoher Investitionsaufwand notwendig, höheres Preissegment		naturorientiert, geringer Investitionsaufwand, Angebot mittlerer Preis	Reha-Kliniken	Größere Kliniken
IST ca. 2000 KMU-Hotels ↓	IST ca. 200		IST z.Z. weniger als 10 Häuser	IST 63	IST < 20



Arbeitspakete und Meilensteine sh. Anlage.

2.4 Nutzen im Rahmen der Gesamtstrategie des Landes als Gesundheitsland Nr. 1 in Deutschland

Der zu erwartende Nutzen im Rahmen der Gesamtstrategie Mecklenburg-Vorpommern „Gesundheitsland Nr. 1“ stellt sich in folgenden Punkten dar:

1. Das Produkt **„Vital-Urlaub MV tut gut“** lässt sich zur Sub-Marke entwickeln mit Alleinstellungsmerkmalen und für die Hotellerie, mit Wertschöpfungsketten und einem breiten Angebot.
2. In der Zeit von November bis April soll in den Vital-Häusern soviel Umsatz realisiert werden, dass die Mitarbeiter nicht entlassen werden müssen.
3. Die Qualität der Vital-Angebote soll die Attraktivität und das Image von MV als Gesundheitsland fördern.
4. Das Konzept soll sich maßgeblich zu einem Förderprojekt für die schwächelnde KMU-Hotellerie entwickeln. (Ca. 50 % der KMU-Hotels arbeiten nicht rentabel; Tourismusbarometer)
5. Der Vital-Urlaub ist ein hochwertiges Dienstleistungspaket.

2.5 Ergebnisse im Hinblick auf zukunftsorientierte Arbeitsplatzbeschaffung und -sicherung

Ein buchbarer Vital-Urlaub in einen 40 – 50 Zimmer Hotel trägt zur Stabilisierung der vorhandenen Arbeitsplätze mit der ganzjährigen Beschäftigung bei.

Im günstigen Falle können 1 bis 1,5 neue Arbeitsplätze je 40-Betten-Hotel geschaffen werden.

Bei einem Umsatz von ca. 25.000 € wird ein Arbeitsplatz in der Nachsaison gesichert.

Das sind rund 300 Urlaubstage, d.h. etwa 100 zusätzliche Urlauber in der Nachsaison.

Das Vital-Programm unterstützt die Sicherung der Arbeitsplätze in der regionalen touristischen Infrastruktur.

Weiterhin erhalten die regionalen Gesundheitsexperten zusätzliche Aufträge.

3 Arbeitsplanung

3.1 Zeitraum der Durchführung und Darstellung der geplante Projektarbeitsphasen

Das Projekt hat eine Laufzeit von 24 Monaten und soll am 01.09.2008 starten und am 31.08.2010 beendet werden.

Das Vorhaben beginnt in der Region Rostock/Graal-Müritz und wird zeitversetzt mit 2-3 Monaten auf Usedom und in Schwerin gestartet. Das wird von den Partnern vor Ort mit abhängig sein. Vgl. Anlage Zeitplan Arbeitspakete und Meilensteine.

3.2 Bestimmung von bewertbaren Zwischenziele als Meilensteine, vgl. Anlage

Für die jeweiligen ergebnisorientierten Meilensteine werden folgende Zwischenziele gesetzt:

- **„Projektauftritt“ in den drei Regionen**

In allen drei Regionen sind Partner vorhanden. Die Vernetzung und Erschließung der Potentiale über den Vital-Urlaub muss aber im Rahmen des Projektes erfolgen.

Die Vorarbeiten in Vorbereitung auf den Projektauftritt entscheiden über den jeweiligen Projektstart.

- **Interner Test der drei Präventions-Programme Ernährung, Bewegung und Entspannung**

Unter der Mitwirkung von Experten und den Hotels sind diese Programme erst noch aufzustellen und zu erproben und das unter Beachtung der Bedingungen in den einzelnen Häusern.

In der Testphase ist der interne „Durchbruch“ bereits gelungen.

- **Start der Trainingsprogramme für die Mitarbeiter**

Das Training der Mitarbeiter entscheidet über die Qualität und den Erfolg der Teilangebote und des buchbaren Urlaubspaketes.

Bis zum Start müssen die drei o.g. Teilangebote von A bis Z mit allen Einzelheiten durchgearbeitet sein, erst dann kann mit dem Training begonnen werden.

- **Start Vertrieb**

Der Beginn der Realisierung ist die erste ernsthafte Prüfung für alle vorausgegangenen Arbeiten und aller Experten.

- **Evaluation und Gästebefragungen**

Die Kontrollwerte im Verlaufe der 24 Monate und letztlich die Zufriedenheit der Gäste entscheiden über den Erfolg des Projektes.

Deshalb wird von Anfang an die Aufgabe Controlling ein Schwerpunkt in der Projektleitung sein.

Es wird eine Reihe von Klausurtagungen und Workshops geben auf dem Wege zu diesen Meilensteinen.

3.3 Methoden, Instrumente, Maßnahmen, Strukturen, Personaleinsatz

Die hohe Komplexität des Themas und die Heterogenität der verschiedenen Netzwerke sowie die vielfachen Erfahrungen aus der Vergangenheit lehren, dass einerseits ein straffes und zielgerichtetes Projektmanagement erforderlich ist, andererseits die Vielfalt, Individualität und Regionalität der Partner einfließen müssen.

Die Strukturen von Projektgemeinschaft - Koordinierungsgruppe und Expertenpool / Wissenschaftlicher Beirat sichern in Zusammenarbeit mit dem Projektmanagement eine erfolgreiche Projektsteuerung, ein effizientes Controlling und den sicheren Zugang zum projektbezogenen Expertenwissen.

In der Projektbearbeitung werden als erfolversprechende Instrumente genutzt:

- Workshops mit Experten und Leistungsträgern,
- praxisorientiertes Coaching der Partner aus der Hotellerie,
- Arbeit in und mit Netzwerken zur Schaffung synergetischer Effekte,
- Einrichtung eines Projekt- Forums als e- Plattform,
- Best- Practice- Beispiele und Musterlösungen als Grundlage einer nachhaltigen
- Entwicklung von Wertschöpfungsketten im Gesundheitstourismus und
- die projektbegleitende Evaluation

Die Organisation der Kooperationspartner erfolgt vor Ort als regionales Netzwerk.

Bei Bedarf werden weitere externe Experten und Fachleute in die Projektbearbeitung einbezogen.

Die Standorte in den Regionen Schwerin und Usedom werden im Projekt adäquat entwickelt.

In diesen Regionen kommen regionale Schwerpunkte bei der Produktspezifizierung und Netzworkebildung zum Tragen. Zu den gesundheitstouristischen Wertschöpfungsketten gehören u. a.

- in der Region Westmecklenburg vor allem das Thema „Gesundes Schlafen“ und
- in der Region Vorpommern die Nutzung einheimischer Wildprodukte.

Zur Qualitätssicherung kommen folgende Instrumente zum Einsatz:

- begleitende fachliche und inhaltliche Evaluierung
- Redesign und laufende Optimierung des Projekts
- laufende Anpassung der Projektaufgaben der Partner
- regelmäßige Zwischenauswertungen mit den Projektpartnern, einschließlich Feedbacks
- Erarbeitung von Zwischenberichten
- regelmäßiges Termin-, Dokumenten- und Finanz- Controlling.

4 Ausgaben und Finanzierung

4.1 Projektbezogene Aufwendungen und zugehörige Ausgaben

Es sind für die Bearbeitung des Projektes 535 Manntage veranschlagt, die von insgesamt ca. 20 Experten zu erbringen sind, d.h. je Monat durchschnittlich 1,2 Tage je Experten während der Laufzeit von 24 Monaten. Es wurde ein durchschnittlicher Honorarsatz von 42,00 € je h zu Grunde ge-

legt. Diese Leistungen werden zu 47.688 € von der WTA erbracht und zu 137.031 € als Fremdleistungen.

Die Sachausgaben für ein neues Internetportal (18.000 €), Reisekosten, Bürokosten und Workshops belaufen sich auf 53.280 €.

Für die Administration sind 9 % veranschlagt. Die Gesamtkosten sind mit 259.420 € kalkuliert. Es ist ein sehr anspruchsvolles Programm.

4.2 Begründung der Notwendigkeit und der Höhe der angestrebten öffentlichen Finanzierungshilfe

Ein KMU-Hotel mit 25 bis 35 Mitarbeitern, im Regelfall darunter 6-9 Lehrlingen, ist nicht in der Lage, ein solches anspruchsvolles Dienstleistungspaket alleine zu entwickeln, den Mitarbeitern zu vermitteln und zu vermarkten. Die regionalen Verbände liegen oft im Streit untereinander und die Arbeit wird zum größten Umfang ehrenamtlich geleistet.

Regionale Tourismusförderung ist deutschlandweit ein anerkanntes Erfordernis.

Das Grundanliegen besteht darin alle Partner in ein gemeinsames regionales Boot zum Nutzen aller Beteiligten zu bringen und dafür haben die am Projekt beteiligten Partner alleine nicht das Potenzial, ein solches Programm zu entwickeln.

Das ist nur möglich wenn, (wie bei einem technischen Produkt auch) das ganze Paket vom Angebot über die Schulung/Training, Kalkulation der Angebote bis hin zum Vertrieb mit strategischen Partnern durchgängig von einem Team bearbeitet und organisiert wird.

Keiner der beteiligten Partner ist in der Lage dieses Vorhaben ohne finanzielle Zuschüsse zu bearbeiten.

4.3 Darstellung der Projektgesamtfianzierung

Für das Vorhaben mit 259.420 € sind 110.254 € Eigenmittel der beteiligten Partner und Experten vorgesehen, das sind 42,5 %.

Zu 57,5 %, mit 149.167 €, soll das Vorhaben über den beantragten Zuschuss finanziert werden. Die Eigenmittel werden von der WTA vorfinanziert (sh. Anlage Steuerberater) und von den beteiligten Partnern entsprechend den vertraglich festzulegenden Aufgaben und Kosten selbst getragen. Die Werks- und Honorarverträge werden nach Bewilligung der Mittel und Arbeitsfortschritt abgeschlossen.

4.4 Weitere Mittel

Weitere Mittel sind für das Projekt nicht beantragt.