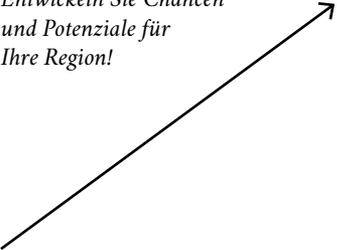


Entdecken Sie **Bewegung, Ernährung und Entspannung** als essenzielle Eckpfeiler eines erfolgreichen gesundheits-touristischen Angebots. Entwickeln Sie Chancen und Potenziale für Ihre Region!



Bewegung

08

Entspannung

18

Ernährung

26



Inhalt

- 04 | MEIN ARBEITSBUCH**
 - 04 Einleitung – Erklärung – Chance
 - 05 Prozess – Weg – Schritte
- TRENDS**
- 08 | EVIDENZBASIERTE BEWEGUNGSARTEN**
 - 10 Bewegung im Sommer
 - 14 Bewegung im Winter
 - 17 Barrierefreie Bewegung
- 18 | ERHOLUNG & ENTSPANNUNG**
 - 19 Licht
 - 22 Höhe
 - 24 Schlaf
- 26 | ERNÄHRUNG**
 - 28 Regional & saisonal
 - 30 Save Food
 - 31 Moderne Esskultur
- 34 | 7 SCHRITTE ZUR UMSETZUNG**
 - 36 Ressourcenmining
 - 38 Zielgruppen- und Marktanalyse
 - 40 Produkt- und Dienstleistungsentwicklung
 - 42 Cross-sektorale Synergien schaffen und nützen
 - 44 Entwicklung zielgruppenspez. Marketingzugänge
 - 46 Qualifizierungsphase
 - 48 Abschlussphase
- 50 | IHR NETZWERK**

Liebe Leser*innen!

Die hohe Leistungsfähigkeit des Tiroler Tourismus sucht ihresgleichen im Alpenbogen. Nichtsdestotrotz müssen wir uns immer wieder neu erfinden und Trends in buchungsrelevante Innovationen verwandeln. Die Lebensraum Holding vereint die drei innovativen Landesagenturen Tirol Werbung, Standortagentur Tirol und Agrarmarketing Tirol zu einem starken Kompetenznetzwerk, welches sich unter der **Marke Tirol einem „gesunden Leben und Wirtschaften mit der alpinen Natur“** verschrieben hat. Und das bekanntlich aus gutem Grunde, da unsere **faszinierende Bergwelt, unsere gut organisierten Erlebnis- und Erholungsräume sowie unsere Schätze der alpinen Natur** bewahrt werden müssen. Gepaart mit weitblickender, unternehmerischer Kompetenz und mit wegweisenden umweltfreundlichen Lösungen sind die Alpen unsere wesentlichste **Grundlage für ein gesundes Leben und unser größtes Kapital für eine nachhaltig tragfähige Wirtschaftsentwicklung**. Es geht also längerfristig betrachtet um den kritischen Erfolgsfaktor für die Gestaltung und Positionierung unseres Landes.

Die Sehnsucht nach naturnaher Erholung, nach gesunder Bewegung im Einklang mit der alpinen Natur und regionalen sowie nachhaltigen Lebensmitteln spiegelt sich im Megatrend Gesundheit wider. Das hier vorliegende Arbeits-

handbuch „Gesunde Region“ ist eine Einladung, diesen Megatrend beherzt aufzugreifen, die eigenen ganz typischen „Gesundheitsstärken“ herauszuarbeiten und zu betonen sowie gezielt dort als Region in die Leistungsentwicklung zu gehen, wo die größten individuellen Potentiale bestehen. Der offensichtliche Nutzen dieses Weges besteht in einer zusätzlichen Profilierungsmöglichkeit von Regionen. Voll erschließt sich das Potential aber erst, wenn „Gesunde Region“ als 360 Grad-Konzept gedacht wird – in enger Partnerschaft z.B. mit dem Bundesprogramm „Gesunde Gemeinde“ oder der „Gesunden Schule“. **So entsteht ein sich selbst verstärkendes Ökosystem an gesundheitsfördernden Rahmenbedingungen und Leistungen, die eine Region deutlich attraktiver als Lebens-, Arbeits- und Wirtschaftsraum für Einheimische, MitarbeiterInnen wie Gäste gleichermaßen zu entwickeln hilft.**

Wir möchten Sie daher sehr herzlich einladen, diesen Weg mit unserer Unternehmensgruppe und vielen leistungsfähigen Partnern im Land gemeinsam zu gehen. Wir danken ausdrücklich für die in der Vergangenheit bereits geleisteten regionalen Beiträge für eine gesunde Entwicklung Tirols und freuen uns auf die gemeinsamen Schritte für ein gewinnbringendes, gesundes und lebenswertes Tirol!

Mit herzlichen Grüßen

Josef Margreiter
Geschäftsführer Lebensraum Tirol Holding

Dr. Marcus Hofer
Geschäftsführer Standortagentur Tirol

Mag. Florian Phleps
Geschäftsführer Tirol Werbung

Mag. Matthias Pöschl
Geschäftsführer Agrarmarketing Tirol



MEIN ARBEITSBUCH



Schreiben Sie Ihren Namen oder den Ihrer Region nieder und machen Sie dieses Büchlein zu Ihrem persönlichen Arbeitsbuch.

Entwickeln Sie Ihre Region

*mithilfe Ihres persönlichen
Arbeitsbuches*

Vor Ihnen liegt ein persönliches Arbeitsbuch, welches Ihnen Unterstützung und Inspiration auf dem Weg zur (Weiter-)Entwicklung Ihres regionsspezifischen Angebots im Gesundheitstourismus geben soll.

Hintergrund dieses Arbeitsbuches ist das EU-geförderte **Projekt WinHealth**. Dabei wurde die Region St. Johann in Tirol drei Jahre bei der Entwicklung eines gesundheitstouristischen Angebots umfassend begleitet und unterstützt. Die Erfahrungen und daraus abgeleiteten Empfehlungen hat die Lebensraum Tirol Holding hier für Sie zusammengefasst und mit weiteren relevanten Informationen ergänzt. Mit diesem Arbeitsbuch möchten wir Sie als Region unterstützen, den Trend Gesundheit in einen touristischen Kontext zu bringen und aktiv Schritte zu setzen bzw. Ihre bereits eingeschlagenen Wege weiterzugehen. Das Arbeitsbuch soll Ihr persönliches Notizbuch auf diesem Weg sein.

Wie sieht dieser Weg aus?

Initialphase: Im ersten Schritt haben Sie dieses Arbeitsbuch im Rahmen einer Informationsveranstaltung oder in einem persönlichen Gespräch von uns erhalten. Mit diesen Informationen können Sie nun allein oder mit unserer Unterstützung die Entwicklung starten/weiterführen.

Kennenlernphase: Wenn Sie sich entschieden haben, unsere Unterstützung anzunehmen, dann findet im zweiten Schritt ein individueller Kickoff-Workshop statt, wo wir das Arbeitsbuch nochmal gemeinsam durchgehen sowie den Projektplan mit den folgenden Phasen aufsetzen.

a. Analysephase I: Zu Beginn steht das Ressourcenmining (welche Infrastruktur, Natur- und Kulturstätten, Angebote etc. gibt es in Ihrer Region) und eine Analyse, welche Themen für eine gesundheitstouristische Vermarktung sinnvoll sind.

b. Analysephase II: Nach Auswahl der Themenkombination, wie z.B. Wandern und Licht, wird eine themenspezifische Markt- und Zielgruppenanalyse für die Region erarbeitet.

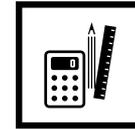
c. Entwicklungs- und Kommunikationsphase: Aufbauend darauf erfolgen die Produkt- und Dienstleistungsentwicklung und die Entwicklung zielgruppenspezifischer Marketingzugänge.

d. Qualifizierungsphase: Abgestimmt auf das entwickelte Produkt wird der Qualifizierungsbedarf erhoben und eine passende Qualifizierungsoffensive umgesetzt.

e. Abschlussphase: Am Ende des Projekts reflektieren wir den Prozess. Ein Blick in die Zukunft gibt Ihnen Inspiration für weitere Entwicklungen.

Das
Potenzial
meiner
Region

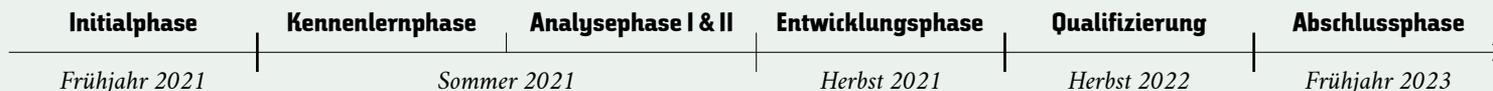
Legen Sie los!



Jetzt sind Sie an der Reihe!

Damit dies nicht nur ein Buch zum Lesen bleibt, sondern zu Ihrem persönlichen Notizbuch wird, können Sie überall, wo Sie dieses Piktogramm sehen, eigene Ideen, Scribbles und Notizen festhalten.

Legen Sie gleich los, indem Sie auf Seite 4 Ihren Namen oder Ihre Region eintragen.





Film zum Best Practice-EU-Projekt
WinHealth in St. Johann in Tirol
**Tourismus und Gesundheit –
natürlich beste Freunde**

www.youtube.com/watch?v=8QytRpWVRAg

Auf dem Weg zum gesundheitstouristischen Angebot

Gesundheit ist längst zum Indikator für ein gutes und wertvolles Leben geworden. Gesund zu bleiben ist ein zentrales Ziel vieler Menschen und das Streben nach gesundem Altern hat es in alle Lebensbereiche geschafft. Bewegung, Ernährung und Entspannung sind dabei die zentralen Elemente.

Bewegung wirkt. Evidenz ist der Weg.

Tirol bietet die perfekten Voraussetzungen, entsprechende Angebote für Gesundheitstourismus bereitzustellen. Wandern, Klettern, Skifahren aber auch Langlaufen sind Bewegungsformen, die alle eine gesundheitsförderliche Wirkung haben. Diese Wirkungen sind hinlänglich erforscht und können für die gesundheitstouristische Vermarktung genutzt werden. Die Evidenz sorgt für eine hohe Glaubwürdigkeit der Angebote und verwandelt leere Marketingversprechen in faktenbasierten Nutzen. Sie untermauert die Qualität des Angebots und steigert Wertschöpfung sowie Nutzen für den Gast.

Inhalt dieses Arbeitsbuches zur Inspiration und Orientierung.

In diesem Arbeitsbuch haben wir die Kernthemen der Tiroler Bewegungsangebote auf Evidenz untersucht. Wissenschaftliche Partner*innen haben bestehende Studien durchforstet und daraus Wirkungsweisen für bestimmte Bewegungsarten abgeleitet. Zusätzlich haben wir Ernährungs- Erholungs- und Entspannungstrends für Sie aufgearbeitet, die kombiniert mit den Bewegungsformen zu einzigartigen gesundheitstouristischen Angeboten verschmelzen können.

Weiters finden Sie in diesem Arbeitsbuch die notwendigen Schritte zur Entwicklung eines gesundheitstouristischen Angebots. Auf den letzten Seiten finden Sie eine Übersicht von weiterführenden Kontakten rund um Ihre Themen.



•
Gesundheit
ist längst zum
Indikator für ein
gutes und wertvolles
Leben geworden.
•



Dieses Symbol kennzeichnet Freiräume in diesem Arbeitsbuch für Ihre eigenen Ideen, Scribbles und Notizen!

1. SCHRITT — Evidenzbasierte Bewegungsarten

Als Grundlage haben wir auf den Seiten 8–17 die Kernthemen der Tiroler Bewegungsangebote auf bestätigte Wirksamkeit untersucht und die Ergebnisse für Sie verständlich aufbereitet.

2. SCHRITT — Trends

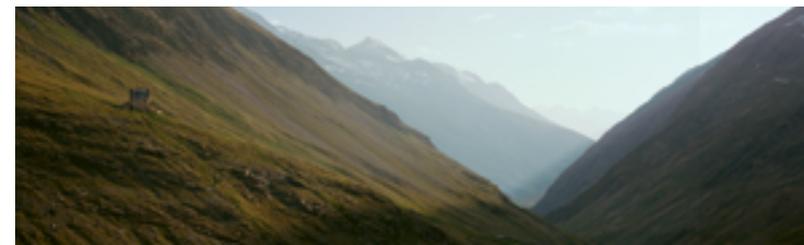
Trends in den Bereichen Erholung & Entspannung sowie Ernährung, welche sich gut mit Bewegungsarten und somit zu einzigartigen Angeboten kombinieren lassen, finden Sie auf den Seiten 18–31.

3. SCHRITT — 7 Schritte zur Umsetzung

Hier geht's jetzt ans Eingemachte. In 7 Schritten leitet Sie unser Prozess durch die wichtigsten Phasen der Entwicklung Ihres gesundheitstouristischen Angebots.

4. SCHRITT — Netzwerkpartner

Auf der letzten Seite Ihres Arbeitsbuches hilft Ihnen eine Übersicht bei der Suche nach Expert*innen in den verschiedenen Themenfeldern.





Evidenzbasierte **BEWEGUNGSARTEN**



**BERG-
WANDERN**



**MOUNTAIN-
BIKEN**



**GENUSSRADFAHREN
& E-BIKE**



**GENUSS-
KLETTERN**



**ALPIN-
SKIFAHREN**



LANGLAUFEN



**WINTER-
WANDERN**



**BARRIEREFREIE
BEWEGUNG**

Bewegung – essenziell für die Gesundheit des Menschen

Bewegung ist für die Gesundheit von uns Menschen essenziell.

So wird bspw. Stress bei Bewegung in natürlicher Umgebung stärker reduziert und schützt langfristig effektiver vor psychischen Erkrankungen als Bewegung in der Stadt oder im Indoor-Bereich. Zudem wird die körperliche Aktivität in freier Natur subjektiv als weniger anstrengend empfunden, während die mentale Erschöpfung und das Stresslevel sinken. Körperliche Aktivität in der Natur wirkt darüber hinaus stimmungsaufhellend, steigert das Selbstbewusstsein und der persönliche Gesundheitszustand wird subjektiv höher eingeschätzt. Außerdem werden Aufmerksamkeit und Konzentrationsfähigkeit erhöht (Bowler *et al.*, 2010; Craig *et al.*, 2016; Gladwell *et al.*, 2013; Grafetstätter *et al.*, 2017; Niedermeier, Einwanger *et al.*, 2017; Niedermeier, Grafetstätter *et al.*, 2017).

Die immer wieder gepredigten 10.000 Schritte am Tag, schaffen viele nicht. In vielen Großstädten, wo das Auto, der Lift, die Rolltreppe, der Lieferservice, der Bürossessel und die Couch unseren Alltag erleichtern, kommen Menschen teils auf knapp 1.000 Schritte! Dieser Bewegungsmangel führt zu klassischen Zivilisationskrankheiten wie Übergewicht, Bluthochdruck,

Das Leben ist wie Fahrradfahren.
Um das Gleichgewicht zu halten,
muss man in Bewegung bleiben.



ALBERT EINSTEIN

Herz-Kreislaufkrankungen, chronischen Beschwerden wie Rückenschmerzen und auch psychischen Erkrankungen wie Depression und Schlafstörungen. Die Bewegung steht daher im Mittelpunkt unseres Arbeitsbuches und sollte das Herzstück des gesundheitstouristischen Angebots bilden. Deshalb haben wir im ersten Teil Ihres Arbeitsbuches die Bewegungsarten Wandern, Mountainbiken, Genussradfahren und E-Bike, Genussklettern und Klettersteige, alpines Skifahren, Langlaufen, Winterwandern sowie barrierefreie Angebote hinsichtlich ihrer gesundheitsfördernden Effekte aufgearbeitet. Die Kernaussagen finden Sie auf den folgenden Seiten, weitaus mehr wissenschaftliche Informationen und spannendes Hintergrundwissen zu den Bewegungsarten finden Sie unter untenstehendem QR-Code. Viel Spaß beim Schmökern und Inspirierenlassen!



Lesen Sie mehr:
**Medizinische Evidenz von
alpinen Bewegungsangeboten**
www.lebensraum.tirol/wellness-wirkt





Bergwandern



Reduzierung von Stresshormonen

Niedermeier et al. konnten in einer randomisierten Cross-Over-Studie zeigen, dass das Stresshormon Cortisol durch drei Stunden Bergwandern mit 600 hm Höhendifferenz stärker reduziert werden kann als durch Entspannung an einem ruhigen Ort (Lesen am Computer und in Büchern im Innenraum) (Niedermeier, Grafetstätter et al., 2017).

Wandern ist gut für die Knochen, beugt osteoporosebedingten Beschwerden vor, steigert in der untersuchten Altersgruppe der 50–65 Jährigen auch nachhaltig die gesundheitsbezogene Lebensqualität und reduziert Schmerzen (Winklmayr et al., 2015).

Das dreiwöchige Bergwandern verbessert Blutdruck- und Pulsverhalten so effektiv, dass sogar blutdrucksenkende Mittel verringert und sogar zum Teil abgesetzt werden konnten. Das Körpergewicht nahm signifikant ab und die vitalisierenden roten Blutkörperchen zu. Darüber hinaus kam es zur Verbesserung der Lebensqualität und auch die Schlafqualität wurde vom alpinen Höhengaufenthalt positiv beeinflusst (W. Schobersberger et al., 2003, 2005, 2010).

Bergwandern kombiniert konzentrisches und exzentrisches Training: Beim Bergaufgehen wird die Schwerkraft vom Muskel überwunden, indem sich die Muskelfasern zusammenziehen bzw. verkürzen (=konzentrisch). Der Hauptbelastungsfaktor beim Bergaufgehen ist daher fast ausschließlich konzentrischer Natur. Beim Bergabgehen hingegen muss der Muskel der Schwerkraft entgegenwirken, indem er sich kontrolliert verlängert (= exzentrisch).

Regelmäßiges exzentrisches Training führt zu positiven Anpassungen in den Bereichen Kraft und Kinematik (Biomechanik). Außerdem können positive Stoffwechsellanpassungen durch exzentrische Belastungen hervorgerufen werden. Durch die geringere kardiopulmonale Belastung können auch Personen mit kardio-vaskulären Erkrankungen (z.B. in der ersten Rehabilitationsphase) von dieser Bewegungsform profitieren. Für Menschen mit einer geringen kardiorespiratorischen Fitness stellt Bergabgehen (z.B. mit der Bergbahn hinauf, zu Fuß hinunter) ein ideales Vorbereitungstraining für spätere Touren mit leichtem Anstieg dar (B. Schobersberger & Schobersberger, 2019).

Bergwandern, also das Wandern in Berggebieten mit Höhenunterschieden, ist eine spezielle Form der körperlichen Aktivität, die sich durch eine mittlere Dauer von zwei bis drei Stunden kennzeichnet. Bergwandern ist daher eine länger anhaltende körperliche Aktivitätsintervention mit moderater Intensität, der somit ein besonderer Gesundheitsnutzen zukommt (Gatterer et al., 2015).



Mountainbiken



Für Herz und Kreislauf

Grundsätzlich ist Radfahren, und damit auch das (Uphill-)Mountainbiken, eine Form der körperlichen Aktivität, die besonders die kardiorespiratorischen (Herz und Atmung) und metabolischen (Stoffwechsel) Funktionen des gesamten Körpers in einem breiten Intensitätsbereich beansprucht und somit in vielfältiger Weise eine Gesundheitsförderung bewirken kann (Oja et al., 2011). Darüber hinaus werden durch Uphill-Mountainbiken vor allem die Muskeln der unteren Extremitäten gestärkt (Sarabon et al., 2012).

Oja et al. (2011) halten hierzu fest, dass Radfahren – und damit auch das (Uphill-)Mountainbiken – zu einer Verbesserung der kardiorespiratorischen Fitness (Herz-Lungen-Fitness) einerseits und zu einer Risikoreduzierung der Gesamt- und Krebsmortalität sowie der Herz-Kreislauf- und Adipositas-Morbidität bei Männern und Frauen mittleren und höheren Alters andererseits führt.

So ist Radfahren bspw. mit einem um 18 % bis 33 % geringeren Risiko für Übergewicht, Adipositas, Bluthochdruck sowie einem besseren Fettstoffwechsel

(z.B. positive Auswirkungen auf den Cholesterinspiegel) verbunden. Insgesamt führt regelmäßiges Radfahren also zu einem signifikant geringeren BMI. Flint & Cummins (2016) kommen zu dem Schluss, dass Radfahren besonders bei Personen mittleren Alters zu einem verbesserten BMI führt. Diese Erkenntnisse sind unabhängig vom Geschlecht der Radfahrer*innen.

In Bezug auf das Herz-Kreislauf-System zeigen zahlreiche Studien ein verringertes Krankheits-Risiko bei Radfahrer*innen im Vergleich zu Nicht-Radfahrer*innen. Als Radfahrer*innen werden in diesem Zusammenhang Personen bezeichnet, die das Radfahren als wichtigste Fortbewegungsart in ihrem Alltag angeben, wobei die genaue Abgrenzung je nach Studie variiert. Grundsätzlich sind die nachfolgenden Darstellungen aber auf Personen bezogen, die mehrmals pro Woche Radfahren. Dabei ist zudem davon auszugehen, dass die Effekte durch häufigeres Radfahren (im Rahmen des Freizeitsports) verstärkt werden (Nordengen et al., 2019).

Mountainbiken ist eine ursprünglich aus den USA stammende Sportart, die seit Mitte der 1980er-Jahre auch in Mitteleuropa verbreitet ist (Froitzheim & Spittler, 1997). Seither haben sich zahlreiche Varianten und Formen des Mountainbikens ausgeprägt und am Markt etabliert. Generell lässt sich Mountainbiken in folgende Bereiche untergliedern: Cross-Country, Uphill, Downhill, Trial, Freeride, Heli-Biking, Snow-Downhill, Extreme-Biking sowie Varianten, die nur in der Stadt ausgeübt werden können (Egner, 2000). Im Fokus der vorliegenden Untersuchung steht Mountainbiken als Breiten- bzw. Freizeitsport, wobei ein besonderes Augenmerk auf das Uphill-Mountainbiken (Bergauf-Radfahren) gelegt wird.



Genussradfahren & E-Bike

Gesundheitsfördernder Ausdauersport

Radfahren ist ein äußerst gesundheitsfördernder Ausdauersport für fast alle Altersgruppen, der das Herz-Kreislaufsystem kontinuierlich fordert und so zu einer Verbesserung der kardiorespiratorischen Fitness beiträgt. Regelmäßiges Radfahren hilft dabei, kardiovaskuläre Risikofaktoren wie Bluthochdruck und Übergewicht zu reduzieren und damit Herz-Kreislauf-Erkrankungen vorzubeugen. Im Vergleich zu anderen Ausdauersportarten entlastet Radfahren außerdem die Gelenke, da das Fahrrad das Körpergewicht trägt. Zusätzlich wirkt Radfahren stimmungsaufhellend, was längerfristig zu einer verbesserten gesundheitsbezogenen Lebensqualität führt. Außerdem gibt es Hinweise, dass regelmäßiges Radfahren sowohl das Krebs- als auch das Mortalitätsrisiko senkt (Oja et al., 2011)².

Beim Genussradfahren setzt sich das E-Bike zunehmend als Mittel der Fahrradwahl durch und erweitert damit auch den Kreis der Radfahrer*innen. Obwohl die körperliche Aktivität dabei elektromotorisch unterstützt wird, sind die erzielbaren Gesundheitseffekte des E-Bikens mit jenen des klassischen Radfahrens vergleichbar, was mittlerweile durch eine Reihe von wissenschaftlichen Untersuchungen belegbar ist. (Hall et al., 2019).

Die positiven Effekte lassen sich mittlerweile auch durch longitudinale Studien belegen, die zeigen, dass regelmäßiges E-Biken die Herz-Lungen-Fitness trainiert (Bourne et al., 2018). Besonders profitieren können dabei Personen mit einem niedrigen Ausgangslevel an körperlicher Fitness, übergewichtige Personen, ältere Menschen und Personen mit bestehenden kardiovaskulären Risikofaktoren (Gloekler et al., 2015).

Neben der körperlichen Fitness kann E-Biken auch die psychische Gesundheit, kognitive Leistungsfähigkeit und Lebensqualität verbessern, wie eine randomisierte kontrollierte Studie von Leyland et al. (2019) zeigt.

¹ Pedelec = Akronym für Pedal Electric Cycle

² Zu den allgemeinen gesundheitlichen Effekten des Radfahrens vgl. auch Kapitel 2

Unter **Genussradfahren** versteht man Radfahren im Freizeitsetting, das meist über eine längere tägliche Strecke ausgeführt wird und oft zur Erkundung einer bestimmten Region dient. Charakteristisch dafür ist die Verbindung von körperlicher Aktivität und Genuss sowie Erholung; die sportliche Leistungssteigerung steht also nicht im Vordergrund dieser Bewegungsart.

Die mittlerweile sehr ausgereifte Entwicklung von Rädern mit elektronischem Antrieb (E-Bikes, auch: Elektrofahrräder oder Pedelecs¹) bietet nun jedoch auch die Möglichkeit, in Regionen mit stärkeren Steigungen genussvoll Rad zu fahren. Dadurch profitieren Destinationen, die bisher aufgrund ihrer topografischen Gegebenheiten für (Genuss-)Radfahrer*innen eher unattraktiv waren (Breuer, 2013).



Genussklettern

Ausdauer und körperliche Flexibilität

Untersuchungen mit erfahrenen Kletter*innen zeigen, dass regelmäßiges Klettern mit steter Steigerung der Intensitäts- bzw. des Schwierigkeitsgrades sowohl Muskelkraft als auch Ausdauer und körperliche Flexibilität verbessert (Watts, 2004).

Darüber hinaus konnte in longitudinalen klinischen Studien gezeigt werden, dass sich ein regelmäßiges Klettertraining (2–3 Mal wöchentlich 30 Minuten) über einen Zeitraum von vier Wochen bereits positiv auf die Stabilität und Flexibilität der Rumpfmuskulatur auswirkt (Kim & Seo, 2015; Muehlbauer et al., 2012). Die gestärkte Rumpf- und Schultermuskulatur stützt und schützt die Wirbelsäule und unterstützt eine gesunde Körperhaltung (Heitkamp et al., 2005).

Eine longitudinale klinische Studie zeigte anhand der Ergebnisse von Balance- und Geschicklichkeitstests sowie Bewegungsanalysen, dass ebendiese Fertigkeiten durch regelmäßiges Klettern trainiert und verbessert werden können (Stephan et al., 2011).

Die Bildgebung bei Profikletter*innen bestätigt diese Befundlage und zeigt strukturelle Veränderungen in jenen Gehirnbereichen, die den trainierten sensorischen und motorischen Fähigkeiten entsprechen wie z.B. Hand- und Fingergeschicklichkeit, Hand-Augen-Koordination, sensomotorische Handlungsplanung und -wahrnehmung sowie motorische Kontrolle (Di Paola et al., 2013).

Zukunftstrend: Therapeutisches Klettern

Neue Wege, die positiven Effekte des nicht leistungsorientierten Kletterns zu nutzen, werden in der Rehabilitation aufgezeigt – einige wenige Einzelstudien berichten ambivalente, jedoch zunehmend vielversprechende Ergebnisse: Therapeutisches Klettern verbesserte Mobilität und Gleichgewicht von älteren Patient*innen (Fleissner et al., 2010); bei chronischen Rückenschmerzen konnten Verbesserungen basierend auf Bildgebung und subjektiver Bewertung der Patient*innen gezeigt werden (Engbert & Weber, 2011; Schinhan et al., 2016) und es gibt Hinweise auf eine mögliche Verbesserung von Symptomen bei Multipler Sklerose (Steimer & Weissert, 2017). Darüber hinaus erwies sich Klettern als effektive Maßnahme in der psychotherapeutischen Behandlung von Depression v. Therapeutisches Klettern findet bislang überwiegend in Innenräumen statt. Die Ausübung in der Natur könnte die positiven Effekte, die zu einer verbesserten Lebensqualität beitragen, weiter unterstützen (Gathright et al., 2006).

³ Die Skala der UIAA (Union Internationale des Associations d'Alpinisme) ist vor allem im Alpenraum verbreitet. International ist dieses Bewertungssystem insbesondere im alpinen Bereich sehr gebräuchlich. Angefangen bei I („sehr leicht“), steigt die Schwierigkeit in römischen Ziffern an. Ab der Schwierigkeit V kommt je Zahl noch eine Unterteilung in „-“ („leicht in dem Grad“), „glatt“, und „+“ (also „schwer in dem jeweiligen Grad“) hinzu. So ist beispielsweise eine Route im Bereich V- leichter als eine V, diese ist wiederum leichter als eine V+.



Im Fokus der vorliegenden Untersuchung steht das Klettern als Breiten- bzw. Freizeitsport. **Genussklettern** oder **Plaisirklettern** (frz. *plaisir*, dt. *Vergnügen*; engl. *recreational climbing*) ist eine nicht leistungsorientierte Spielform des Klettersports mit Ursprung im klassischen Alpinklettern, bei der die Freude bzw. der Genuss der Aktivität im Vordergrund steht. Kennzeichnend für alpine Plaisirrouten sind ein leichter bis moderater Schwierigkeitsgrad (vgl. UIAA-Skala³), ein fester Fels mit möglichst geringer Steinschlaggefahr, eine gute Absicherung mit Bohrhaken und ein eher kurzer und risikoarmer Zu- und Abstieg (Edlinger, 2012). Ein Klettersteig (ital. *Via Ferrata*, dt. *Eisenweg*) ist gekennzeichnet durch in Felspassagen angebrachte Eisenelemente, die zur einfacheren Fortbewegung und zur Sicherung dienen und somit schwierige Kletterrouten auch für ungeübte Kletter*innen begehbar machen.



Alpinski fahren

Klassisches Ausdauertraining

Neben der muskulären Fitness wird beim Skifahren auch die kardiorespiratorische Ausdauer trainiert. Während auf flachen Pisten eher die kardiorespiratorische Ausdauer gefördert wird, wird auf steilen Pisten mit höherer Muskelanstrengung vermehrt Kraft trainiert. Im Vergleich zu einem klassischen Ausdauertraining ist Skifahren durch die relativ kurzfristige Belastung bei den Abfahrten und der nachfolgenden Erholungsmöglichkeit durch die Nutzung der Aufstiegsanlagen eher dem Intervalltraining als dem klassischen Ausdauertraining zuzuordnen (Burtscher et al., 2019).

Dabei kann Skifahren bei entsprechender Intensität sogar als hochintensives Intervalltraining (HIIT⁴) betrieben werden (Stöggel et al., 2017), das hinsichtlich Fettverbrennung und Verbesserung der maximalen Sauerstoffkapazität (VO₂max) als höchst effektives Training gilt (Wonisch et al., 2017).

Auch für ältere Personen stellt Skifahren eine ideale Form des körperlichen Trainings dar. Die Autor*innen weisen jedoch darauf hin, dass sich insbesondere ältere Personen vor Beginn eines Skitrainings einer sportmedizinischen Untersuchung unterziehen sollten (Dela et al., 2011; Müller et al., 2011; Niederseer et al., 2011, 2016).

Die Effekte des Skifahrens auf die kardiorespiratorische Fitness werden durch die spezifischen alpinen

Umgebungsfaktoren noch verstärkt: Alpines Skifahren ist dadurch gekennzeichnet, dass es meist in kalter Luft und mittleren Höhenlagen (1.500 m–2.500 m) betrieben wird (Burtscher et al., 2019). Die Ausübung von körperlicher Aktivität in kalter Umgebung führt dabei zu einem erhöhten Energieverbrauch.

Neben der kardiovaskulären und muskulären Beanspruchung trainiert Skifahren dadurch zusätzlich die Koordinations- und Reaktionsfähigkeit (Burtscher et al., 2019; Paillard, 2017).

Zusätzlich zu den physiologischen, gesundheitlichen Benefits wirkt Skifahren auch auf das psychische Wohlbefinden. Skifahren weist einen hohen Spaß- und Genussfaktor auf, der zu einem gesteigerten Wohlbefinden beiträgt. Außerdem wird es in freier Natur ausgeübt, was zusätzlich entspannend und stimmungsaufhellend wirkt (Burtscher et al., 2019; Lee et al., 2014). Menschen, die langfristig regelmäßig Ski fahren weisen außerdem durchschnittlich einen gesünderen Lebensstil und weniger kardiovaskuläre Risikofaktoren wie Hypercholesterinämie⁵, Bluthochdruck und Diabetes Typ II auf (Burtscher et al., 2013).

⁴ HIIT = kurze, intensive Belastungsphasen (Skiabfahrt) mit anschließender kurzer Erholungszeit (Fahrt mit Aufstiegsanlage)

⁵ Hypercholesterinämie ist eine Fettstoffwechselstörung, die durch einen erhöhten Cholesterinspiegel im Blut gekennzeichnet ist.

Alpinski fahren (englisch: alpine skiing, downhill skiing) bezeichnet eine Wintersportart, bei der Skifahrer*innen auf Skiern mit fester Bindung meist präparierte Skispitzen herunterfahren. Die Kombination aus Geschwindigkeit, Naturerlebnis und körperlicher Aktivität macht alpines Skifahren zu einem sehr vielfältigen Sporterlebnis, das jedoch eine gewisse Grundkondition, Gleichgewichts- und Reaktionsfähigkeit voraussetzt. Im Fokus der vorliegenden Untersuchung steht alpines Skifahren als Freizeit- bzw. Breitensport.



Langlaufen



Vielfältiges Ganzkörpertraining

Langlaufen ist ein sehr vielfältiges Ganzkörpertraining. Die Aktivierung von vielen unterschiedlichen Muskelgruppen stärken sowohl das Muskel-Skelett-System als auch das Herz-Kreislauf-System, es werden also Kraft und Ausdauer gelenkschonend trainiert. Zusätzlich wird die motorische Koordination gefördert und damit die Körperbalance verbessert (Gasser, 2015).

Langlaufen gilt als Goldstandard für aerobes Training im Winter, es stellt eine ideale Bewegungsform dar, um von den schützenden Effekten einer guten Herz-Lungen Fitness profitieren zu können. Es sind ca. 2,5 h alpines Skifahren notwendig, um den Energieverbrauch von einer Stunde Langlaufen zu erreichen (Stöggl et al., 2016).

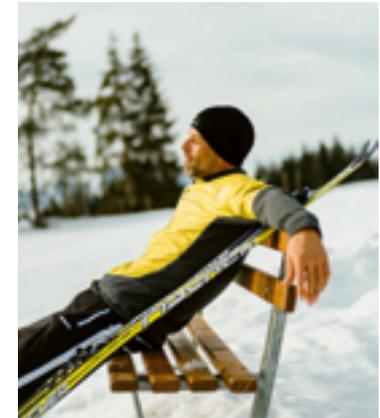
Eine Querschnittsstudie aus den USA zeigt, dass Langläufer (Breitensportler) im Vergleich zur Allgemeinbevölkerung einen durchschnittlich niedrigeren Body Mass Index (BMI) aufweisen (23,8 vs. 26,7) und nur sehr selten adipös sind (3,2 % vs. 27,7 %). Der Gesundheitszustand wird von Langläufern außerdem subjektiv höher eingeschätzt, sie leiden seltener an Depressionen und weisen weniger gesundheitsschädliche

(z.B. Alkohol- und Tabakkonsum) und mehr gesundheitsfördernde Verhaltensweisen (z.B. Obst- und Gemüsekonsum) auf (Anderson et al., 2017).

Personen, die durchschnittlich mehr als 60 Minuten pro Woche auf Langlaufskiern unterwegs sind, haben im Vergleich zu Teilnehmern, die keinen Skilanglauf betreiben, ein signifikant niedrigeres Langzeitrisko für Bluthochdruck und dessen Folgeerkrankungen wie Schlaganfälle. (Kunutsor und Kollegen, 2019).

Eine Studie zeigt, dass regelmäßiges Langlaufen das Risiko für Herzinfarkte signifikant senkt (J. A. Laukkanen, Lakka et al., 2019).

Außerdem erkranken Personen, die regelmäßig Langlauf betreiben, seltener an Diabetes Typ II (Kunutsor, Mäkikallio et al., 2020).



Langlaufen (englisch: cross-country skiing, nordic skiing) ist eine nordische Wintersportart mit einer Reihe von Variationen in Bezug auf Technik und Ausrüstung. Langlaufen wird vorwiegend als aerobe Sportart betrieben und kann als Ganzkörpertraining betrachtet werden, da viele verschiedene Muskelgruppen beansprucht werden (vgl. Nagle, 2015). Im Fokus der vorliegenden Untersuchungen steht Langlaufen als Breiten- bzw. Freizeitsport.



Winterwandern

Erhöhter Kalorienverbrauch

Winterwanderungen sind in der Regel durch niedrige Umgebungstemperaturen gekennzeichnet. Diese Kälteexposition über einer längere Zeitspanne hinweg beeinflusst diverse Körperprozesse positiv. Ein längerer Aufenthalt in der Kälte, wie es bei einer Winterwanderung der Fall ist, kann beispielsweise beim Fettabbau helfen. (Cypess et al., 2012).

Moderate sportliche Betätigung wie z.B. Winterwandern scheint typische Entzündungsprozesse, die durch die körperliche Belastung entstehen, zu reduzieren (Gagnon et al., 2014).

Wandern im Schnee ist zusätzlich durch einen höheren Kalorienverbrauch gekennzeichnet. Dabei ist die Schneebeschaffenheit ein entscheidender Faktor – Wandern auf einer frischen Schneedecke ist mit einem höheren Energieverbrauch bzw. mit einer höheren Belastung verbunden als Wandern auf vorgespurten Wegen. Bei der Tourenplanung von Winterwanderungen sollten die Schneelage und Wegbeschaffenheit daher unbedingt berücksichtigt werden (Carceller et al., 2019).

Winterwandern (englisch: winter hiking) beschreibt das Wandern im Winter und ist eine von der Schneelage unabhängige Wintersportart. Im Unterschied zum Schneeschuhwandern wird bis auf festes Schuhwerk keine spezielle Ausrüstung benötigt. Da es sich beim Gehen bzw. Wandern um die natürlichste Form der körperlichen Aktivität handelt, kann Winterwandern von allen Altersgruppen betrieben werden.





**ERHOLUNG &
ENTSPANNUNG**



ERNÄHRUNG

ERHOLUNG & ENTSPANNUNG ERNÄHRUNG





Trend

ERHOLUNG & ENTSPANNUNG

Ein Kurzurlaub, ein Wochenende mit Freundinnen, ein paar Tage in der Stille der Bergwelt – Tirol bietet viele Möglichkeiten für erholsame und entspannende Momente. Dabei sind Licht, Schlaf und Höhe Themen, die zum einen bei den Menschen immer mehr an Bedeutung gewinnen und zum anderen gerade in Tirol ideal sind, um in Kombination mit Bewegung einzigartige Erlebnisse zu schaffen.

LICHT

Aktuell verbringen Menschen in der westlichen Welt mehr als die Hälfte ihrer Lebenszeit in Gebäuden. Untertags bekommen wir somit zu wenig Sonnenlicht und abends und nachts sind wir zu viel Kunstlicht ausgesetzt. Die Überlagerung des natürlichen Lichts durch Kunstlicht nennt man Lichtverschmutzung. Dadurch werden die Lichtverhältnisse in den Dämmerungs- und Nachtstunden beeinflusst und es kommt zu negativen Auswirkungen auf den Menschen.

Unser Tag-Nacht-Rhythmus und die bekannte innere Uhr werden dadurch massiv gestört und unsere Gesundheit beeinträchtigt. Hauptproblem des Kunstlichts gegenüber dem Sonnenlicht ist, dass es sich tagsüber zu wenig auf den menschlichen Körper und dessen rhythmische Stoffwechselprozesse auswirkt, jedoch nachts die Ruhe- und Regenerationsprozesse stört. Dies beginnt bereits vor dem Schlafengehen. Das Schlafhormon Melatonin wird durch kurzweilige Strahlung wie z.B. von Smartphone- und Tabletdisplays unterdrückt. Melatonin ist bedeutend für ein ausgeglichenes Immunsystem, einen gesunden Schlaf und soll auch eine krebshemmende Wirkung haben.

Eine Unterstützung des natürlichen Tag-Nacht-Rhythmus und der Ausschüttung von Melatonin kann bewusst gesteuert werden, indem beispielsweise eine Abschaltung von Licht mit blauen Strahlungsanteilen (unter 480 nm) ab 20.00 Uhr angestrebt wird und auf natürliches Sonnenlicht am Tag geachtet wird. Bei einer Hüttenübernachtung wird dies beispielsweise meist automatisch erfüllt. Der Tag besteht aus Bewegung im Tageslicht und einem frühen Zubettgehen am Abend mit wenig oder keiner Bildschirmbeeinflussung.

Quellen -> www.hellenot.org/fileadmin/user_upload/6_Weitere_Infos/6_2_Downloads/2018_Broschu%CC%88re_HelleNot.pdf
www.hellenot.org/themen/mensch/#c49 • www.hellenot.org/fileadmin/user_upload/6_Weitere_Infos/6_2_Downloads/Rampenlicht_cpt_korr.pdf

Best Practice

Ausgezeichnetes Lichtkonzept aus Tirol – Beleuchtungssystem für Klubhaus St. Pauli

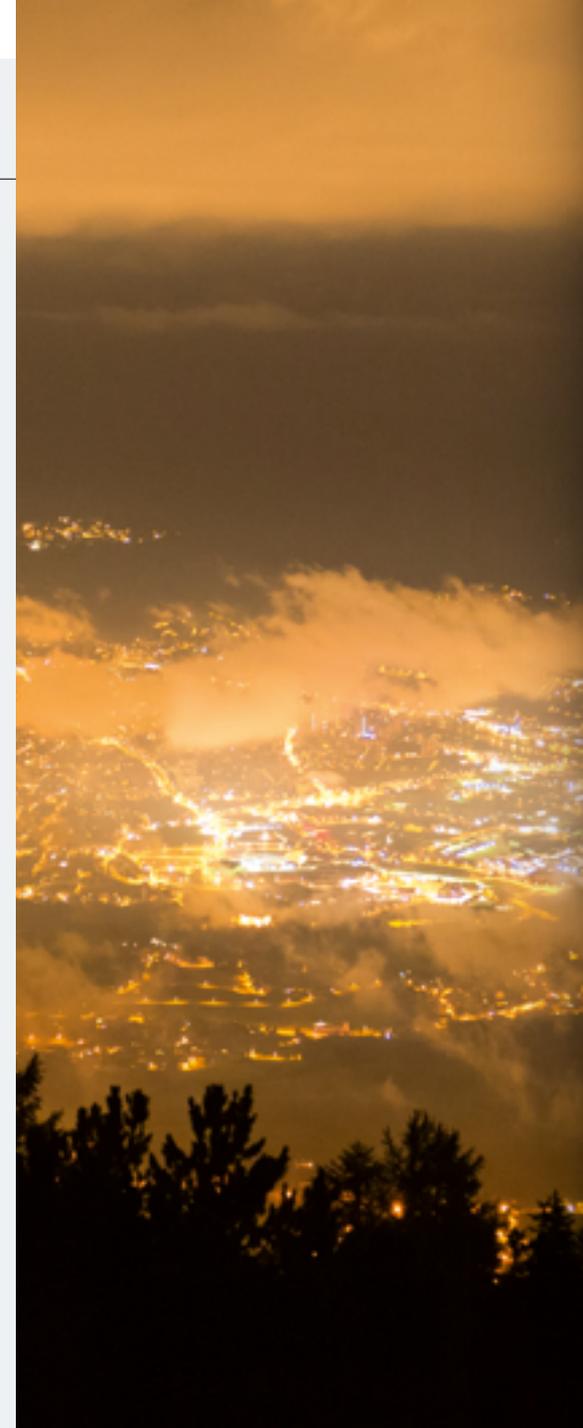
Der sechsstöckige Neubau für Musikclubs, Büros, Gastronomie sowie Live-Event-Locations und seine Medienfassade zeichnet sich durch eine Kombination von Architektur und Medieninstallation aus. Bartenbach lighting design entwickelte die Konstruktionsprinzipien und die Grundlagen für die technische Umsetzung der transparenten Medienfassade. Die Fassaden-Prinzipien vermeiden

Lichtverschmutzung sowie Blendung und ermöglichen eine blendfreie Tageslichtumlenkung in die dahinterliegenden Büros. Das Beleuchtungssystem wurde speziell für das Klubhaus St. Pauli entwickelt.

— www.bartenbach.com



Das Lichtkonzept des sechsstöckigen Klubhauses St. Pauli wurde mit dem Deutschen Lichtdesignpreis 2017, Kategorie „Inszenierungen“ ausgezeichnet.



Helle Not – Die Schattenseiten des Lichts

Licht am falschen Ort zur falschen Zeit. Unter Lichtverschmutzung versteht man die Überlagerung von natürlichem Licht durch Kunstlicht. Dadurch werden die Lichtverhältnisse in den Dämmerungs- und Nachtstunden beeinflusst und es kommt zu negativen Auswirkungen auf den Menschen und die Umwelt. Lichtverschmutzung ist ein einfach zu lösendes Problem. Zuerst soll immer die Notwendigkeit der Beleuchtung in Frage gestellt werden. Kann auf Kunstlicht nicht verzichtet werden, so sind besonders der Standort und die Art und Weise der Beleuchtung entscheidend für den verantwortungsvollen Einsatz. Gute Beleuchtung erhöht die Lebensqualität, spart Kosten und verbessert den Zustand unserer Umwelt.

— www.hellenot.org

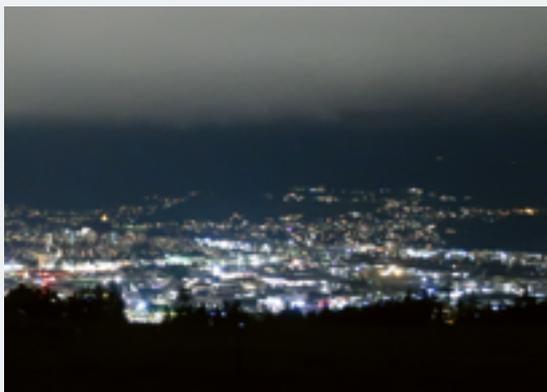


Bild links: Straßenbeleuchtung Innsbruck Stadt vor Umstellung auf LED-Beleuchtung; Bild oben: Aktueller Stand der Beleuchtung mit LED-Leuchtmitteln.



Sorgsam mit Licht umgehen – Sternennächte erleben!

Die Tiroler Umwelthanwaltschaft bringt mit dem Interreg-geförderten Projekt SKYSCAPE die Erkenntnisse aus der Initiative „Helle Not“ in die Praxis. SKYSCAPE setzt sich zum Ziel, den dunklen, ungestörten Nachthimmel zu schützen und zu fördern, auf den Wert eines dunklen Nachthimmels für Gesundheit und Wohlbefinden von Menschen, Tieren und Pflanzen aufmerksam zu machen und in ausgewählten, dunklen Gebieten innovative touristische Produkte zu schaffen, die mit der Beobachtung des Nachthimmels und der Begegnung mit der Dunkelheit verbunden sind. Die neuen Angebote, die zur intensiven Begegnung mit der weitgehend intakten Nachtlandschaft einladen, ziehen Besucher an, die Naturbelassenheit schätzen. Dadurch wird der Tages- und Nächtigungstourismus gestärkt, bestehende Infrastrukturen und Betriebe gefördert. Durch Schutz und Förderung der nächtlichen Landschaften wird ein Beitrag geleistet zur Verbesserung der Gesundheit, des Wohlbefindens und der Lebensqualität für Ökosystem, Tiere, Pflanzen und Menschen.

— www.tiroler-umwelthanwaltschaft.gv.at/skyscape

HÖHE

Der menschliche Körper reagiert äußerst positiv auf einen Aufenthalt in den sogenannten mittleren Höhenlagen (1.500 m–2.500 m). Verschiedene Prozesse im Körper, wie die Verbesserung der Herzratenvariabilität oder eine Erhöhung der roten Blutkörperchen, fördern die Gesundheit.

Die Effekte eines Urlaubs ab neun Tagen in der Höhe halten bis zu 120 Tage an und vermindern bereits das Risiko auf Osteoporose. Ebenfalls werden Stressphänomene in mittleren Höhenlagen reduziert und sogenannte Entspannungszustände erhöht. Belastungen durch Schadstoffe und Lärm, die uns häufig aus dem Alltag bekannt sind, und auch Allergene wie Pollen sind in der Höhe weitaus geringer vertreten. Besonders im Sommer profitiert der menschliche Körper auch von niedrigeren Temperaturen in den Bergen oder höher gelegenen Tälern. Die Sommerfrische ist somit buchungsentscheidend für die kühlen, höher gelegenen Regionen, im Vergleich zu den oft heißeren, niedrig gelegenen Städten.

Quellen -> https://www.alpenverein.at/portal/berg-aktiv/bergsport-gesundheit/publikationen/publikationen/bergauf2/Bergwandern-haeufiger-weiter-schneller_Arnulf-Hartl.pdf
<http://www.gesund-umdenken.com/startseite/index.html> • AMAS I – III: Chancen für den alpinen Gesundheitstourismus, Univ.-Prof. Dr. Wolfgang Schoberberger, Leiter AMAS, Institut für Sport-, Alpinmedizin & Gesundheitstourismus (ISAG), UMIT Hall und Tirol Kliniken Innsbruck



Best Practice

Allergikerfreundlich ab 1.500 m

Im Rahmen des bundesweiten Modellprojektes der Europäischen Stiftung für Allergieforschung wurde Bad Hindelang im Allgäu 2011 als erste allergiker-freundliche Gemeinde des Alpenraums mit dem ECARF-Qualitätssiegel für Allergikerfreundlichkeit ausgezeichnet. Heute trägt Bad Hindelang den Titel „Für Allergiker qualitätsgeprüfter Kurort“ – zertifiziert vom Bayerischen Heilbäder-Verband e.V. (BHV) nach bestimmten Kriterien, die vom TÜV Rheinland geprüft werden. Der BHV unterstützt Heilbäder und Kurorte dabei, sich allergikerfreundlich auszurichten, damit Allergiker in jeder Unterkunftsart, in Restaurants und in Lebensmittelgeschäften geprüfte Angebote finden.

— www.badhindelang.de



Die Rückkehr der Sommerfrische

Sommerfrische ist die Lust der Stadtmenschen auf einen Ausflug in ländliche Gefilde. Vor allem gegen Ende des 19. Jahrhunderts war die Sommerfrische der letzte Schrei. Erstmals liegen repräsentative Forschungsergebnisse zum Hitzestress von Großstädter*innen vor, um das Potenzial der Sommerfrische abschätzen zu können. Als Tourismusverantwortliche finden Sie Informationen, ob bzw. für wen Hitze ein Treiber für ein verändertes Urlaubsverhalten im Sommer sein kann und welche Motive, Bedürfnisse und Ansprüche aktuell mit Sommerreisen in stadtnahe Gebiete in Verbindung stehen.

— www.sommerfrische-neu.boku.ac.at

SCHLAF

Der Schlaf wird im Zeitalter von Achtsamkeit und Entschleunigung großgeschrieben. Der Begriff „ausgeschlafen“ transformiert zum Statussymbol. Grundlage dafür bildet eine höhere Achtsamkeit auf Physis und Psyche. Selbstoptimierung bedeutet nicht mehr Maximieren in allen Bereichen, sondern ein Optimum für sich selbst gestalten. Diese Entwicklung befürwortet auch die Präsidentin der Welt-Schlaf-Gesellschaft und Leiterin des Schlaflabors an der Innsbrucker Universitätsklinik, Prof. Birgit Högl. Sie regt an, den Lifestyle an den Schlaf anzupassen und nicht umgekehrt. Die Zeit für den Schlaf soll unangetastet bleiben und Zeit für berufliche und familiäre Pflichten im Alltag oder Freizeitaktivitäten und Kulturprogramm im Urlaub daran angepasst werden.

Für die individualisierte Gesellschaft kann das ruhigere und langsamere Tagesabläufe bedeuten, für die sich der achtsame Mensch bewusst entscheidet. Ebenfalls ist die Qualität des Schlafs zu beachten, die durch Faktoren wie Helligkeit, Unruhe, Lärm oder Ähnliches beeinträchtigt werden kann. Durch einen geschützten, ruhigen und dunklen Schlafbereich wird ein erholsamer Schlaf gefördert.

Quellen -> https://science.apa.at/dossier/Birgit_Hoegl_Der_Schlaf_ist_ein_Fenster_in_die_Zukunft_des_Gehirns/SCI_20190830_SCI84635807050105868 • <https://www.zukunftsinstitut.de/artikel/die-wichtigsten-health-trends-2020/>



Best Practice

Schlaflaborergebnisse zu Hause erzielen

Sleep Analyzer zeichnet die Gesundheitsparameter auf und berechnet sie, um den Schlaf zu verstehen, Gesundheitsdaten zu liefern und erkennt auch Schlafapnoe. Der Sleep Analyzer wurde in Zusammenarbeit mit Schlafmedizinern des Krankenhauses Bécclère in Paris entwickelt und ausführlich anhand von Daten aus der Polysomnographie-Analyse (PSG), dem Goldstandard der Schlafdiagnostik, getestet.

— www.withings.com



ENDLICH. BESSER. SCHLAFEN mit beschwerenden Decken

Etwa 80 % aller Deutschen kommen innerlich nicht zur Ruhe. Stress und Schlafprobleme sind oft Ursache und Folge zugleich. Mit der Gravity Gewichtsdecke wurde eine Idee umgesetzt, die diesen Menschen helfen soll. Die Gravity Gewichtsdecke bringt den Körper aufgrund des gleichmäßig ausgeübten Drucks innerlich und körperlich zur Ruhe. Die Ausschüttung von Glücks- und Schlafhormonen führt den Körper auf natürliche Weise in einen Zustand der Entspannung. Ein besserer Schlaf, reduzierter Stress und ein gesteigertes Wohlbefinden sind das Ergebnis.

— www.gravitydecke.de



Trend **ERNÄHRUNG**

Liebe geht durch den Magen, die Leidenschaft zu Tirol erst recht.

Die typische Kochkunst des Landes setzt auf vollen Geschmack und heimische Zutaten – auf Almen und Hütten ebenso wie in bodenständigen Wirtshäusern und feinen Haubenlokalen. Trends wie regional & saisonal, das Prinzip „from nose to tail“ oder auch moderne Esskulturen wie kleine

Minimahlzeiten statt großer Gänge-Menüs und alkoholfreie Getränke jeder Art perfektionieren das gesundheitstouristische Angebot von Bewegung & Entspannung.



REGIONAL SAISONAL

Wer sich saisonal und regional ernährt, kauft Lebensmittel, die zur aktuellen Jahreszeit im Land oder in der Region gewachsen und veredelt sind. Sich saisonal zu ernähren bringt Vorteile, nicht nur für Umwelt und Klima, sondern auch für die regionale Wirtschaft und die eigene Gesundheit. Kooperationen mit regionalen Landwirten, Verarbeitern und Lieferanten sichern Frische und Qualität. Unter dem Titel „Tiroler Alm-Kulinarik“ werden zahlreiche typische Tiroler Gerichte neu und mit regionalen Zutaten interpretiert. Gäste wollen die Geschichte hinter den Speisen hören, kennen und auch erleben.



Erfahren Sie mehr:

Tiroler Alm-Kulinarik

www.lebensraum.tirol/schwerpunkt/

produktfokus-alm-kulinarik

SAVE FOOD

Das sogenannte „Nose to Tail“-Prinzip heißt übersetzt: vom Kopf bis zum Schwanz. Dazu gehört etwa, dass gleichermaßen Innereien, Filetstücke, Bratenstücke als auch Stelzen und Suppenknochen in der Küche verarbeitet werden. Dasselbe gilt für Pflanzen und Gemüse unter dem englischen Leitsatz „from Leave to Root“, wo Kohlrabiblätter, Fenchelkraut, Karfiol oder Brokkolistrünke zu köstlichen Pestos, Smoothies oder Fonds veredelt werden. Dieser achtsame Umgang mit verschiedensten Lebensmittelteilen fördert Kreativität in der Küche und ganzheitliche Betrachtung von natürlichen Kreisläufen ursprünglicher, regionaler Lebensmittel am Teller. Auch leisten sie einen wichtigen Beitrag, wertvolle Lebensmittel nicht zu verschwenden. Gut geschulte Servicemitarbeiter*innen bringen die Botschaft an den Gast und sorgen für Wertschätzung und -schöpfung.

MODERNE ESSKULTUR

Kleine, schnelle Gerichte und Zwischenmahlzeiten aus frischen, gesunden und regionalen Zutaten erobern zunehmend Speisekarten, da jüngere Generationen ihre Essgewohnheiten mit kleineren Snackportionen an einen dynamischen Tagesrhythmus angepasst haben. Ob als Streetfood, im Lieferservice, als Bowl, als Snack oder modernes „Jaus'n Brettl“: Gegessen wird künftig rund um die Uhr und überall. Zudem sollen zielgruppengerechte und zugleich ernährungsphysiologisch wertvolle Speisenangebote für Kinder oder Sportler*innen vielfältigste Bedürfnisse der Gäste befriedigen.

Bewusster Verzicht aus Gesundheitsmotiven: Attraktive alkoholfreie Getränke aus wiederentdeckten heimischen oder wild gesammelten Zutaten in Kombination mit unserem wertvollen Bergwasser gewinnen an Bedeutung, wie ein sinkender Pro-Kopf-Verbrauch von Alkohol zeigt. Bewussten Gästen wird eine interessante Auswahl angeboten und sie können inspirierende kulinarische Verlockungen ausprobieren. So werden Gäste zu Stammgästen.

Im Rahmen des Programms *gesund.tirol* hat die Agrarmarketing Tirol einen Ernährungslaufplan erstellt, der zeigt, wie gesunde Ernährung „auf Tirolerisch“ funktionieren kann. Gemeinsam mit FH Gesundheit Tirol und Diätolog*innen sind die gesundheitlichen Vorteile regionaler und saisonaler Lebensmittel, der „Tiroler Ernährungsberg“ und ausgewogene „Tiroler Genusssteller“ erarbeitet worden. Der Laufplan dient aber auch als Kommunikationsgrundlage und fließt in Aus- und Weiterbildungsangebote ein.



Lesen Sie mehr:

Ernährungslaufplan

www.lebensraum.tirol/gesundlink

Qualität aus der Heimat erfreut sich immer größerer Beliebtheit!

Das Fleisch vom Almrind garantiert neben der Tiroler Herkunft auch hervorragende Qualität! Die Jungrinder wachsen auf Tiroler Bauernhöfen heran und verbringen den Sommer auf der Alm. Dabei fressen die Tiere würzige Kräuter sowie saftige Gräser und genießen die frische Bergluft. Das Fleisch wird durch die viele Bewegung und bestes Futter sattrot und erhält ein besonderes Aroma.

— *qualität.tirol*

Best Practices „Regional & saisonal“

Radikal – Saisonal.

Das Restaurant „Sosein“.

Blickt man über die Landesgrenzen hinaus, ist das „Sosein“ in Nürnberg einer der radikalsten Vertreter des wichtigsten Food-Trends der letzten Jahre, dem Regionalen. „Sosein ist Lebenshaltung, Bewusstsein, Kochstil und Konzept. Es ist Freude und Veränderung. Es ist solides Handwerk und Zusammenspiel mit Erzeugern, Partnern, Team und Gästen. Es ist Kommunikation auf dem Teller und über ihn hinaus. Es ist Geschmack und Anregung. Es ist Gemeinschaft. Es ist anders. Es ist einfach und vielschichtig: Das Sosein.“

— www.sosein-restaurant.de





Die Kunst zu träumen

Aus der Küche kommt alle 6 Wochen ein wechselndes Menü – je nach Geschmack mit Fisch- und Fleischgang oder auch rein vegetarisch. Der Qualitätsanspruch: beste Zutaten von möglichst regionalen Partnern.

— www.oniriq.at

Regional, saisonal und nachhaltig – der Genussmarkt Pur Südtirol

Der gemeinsame Auftrag ist es, den Anbau, die Produktion und den achtsamen Konsum von Lebensmitteln – die glücklich machen – zu fördern. Pur Südtirol ist Impulsgeber, Regionalentwickler und Wertegemeinschaft.

— www.pursuedtirol.com



Idyllisch und still!

Am Eingang des Pfitschertales, ca. 8 km von Sterzing entfernt, auf einer Höhe von fast 1.300 m über dem Meeresspiegel liegt der Bergbauernhof Pretzhof. Im Wirtshaus wird frisch, heimisch und natürlich gekocht – von vitalen Böden auf den Teller – je kürzer die Wege, desto besser und gesünder das Essen. Die Grundprodukte dafür gedeihen und wachsen zu einem vorwiegenden Teil am Hof, im Einklang mit der Natur und den Jahreszeiten. Seit Jahrzehnten wird auf sämtliche chemischen Substanzen verzichtet. Was nicht selbst produziert wird, wird bei Bauern mit gleicher Überzeugung gekauft.

— www.pretzhof.com

Best Practices „Save Food“



Nachhaltigkeit auf dem Teller

Seit 2014 inspiriert die Schweizer Initiative „Leaf to Root“ zur Verwendung von Gemüseteilen, die meist im Müll landen. Die gleichnamige Website von Gründerin und Autorin Esther Kern präsentiert neben Rezepten und Workshops auch Best-Practice-Beispiele zur nachhaltigen Lebensmittelverwendung. Zudem bietet die Plattform eine Übersicht von Bauern, die ungewöhnliche Gemüseteile ernten – und Restaurants, die diese verarbeiten.

— www.leaf-to-root.com



Ochs im Glas

3 Männer, 1 Ochs, 1.000 Gläser und 2 Wochen Zeit

Ein ganzes Rind wird verkocht. Von Anfang bis zum Ende, von Kopf bis Fuß. Und es wird haltbar gemacht, nicht zuletzt, um zu zeigen, dass das Supermarktregal keineswegs ein Schicksal ist. Das Fleisch wird geräuchert und getrocknet, vor allem aber wird es eingekocht. In zig verschiedenen Varianten und Rezepturen. Klassisch und quer durch alle Weltküchen.

— www.ochsimglas.at



Best Practices „Moderne Esskultur“

Topfgerichte aus aller Welt

Der Futterkutter stellt die Welt auf den Topf! Hier werden hauptsächlich regionale und saisonale Produkte zu Gerichten aus aller Welt verkocht. Suppen, Currys, Eintöpfe und Salate – die Vielfalt an Köstlichkeiten ist schier unendlich. Täglich gibt es ein vegetarisches, ein veganes und ein Gericht mit Fleisch mit Brot. Das Ganze wird nicht nur nachhaltig in einem Pfandglas serviert, sondern auch nachhaltig auf einem Lasten-fahrrad transportiert.

— www.futterkutter-innsbruck.at



Superfood

ist derzeit in aller Munde. Quinoa, Goji und Chia finden sich überall. Aber man muss nicht um die halbe Welt reisen, um an solche Kraftspender zu kommen. Direkt vor unserer Haustüre, in Tirol, gibt es echtes, regionales Superfood.

Buchweizen oder Obernberger Schwarzhafer liefern wertvolle Proteine, Leinsamen enthalten viele Omega-3-Fettsäuren, Heidel- oder Johannisbeeren sind wahre Vitamin-C-Spender und wer 5–6 Walnüssen in etwas Rapsöl schwenkt, bekommt daraus ebenso viel Omega-3-Fettsäuren wie aus einer Avocado. Aber auch heimische Salate und Gemüse liefern wertvolle Nährstoffe und sind zentrale Bausteine für die gesunde Ernährung. Gekonnt kombiniert, bilden sie ein gesundes Highlight auf jedem Teller.

— www.qualitaet.tirol/produktwelt/produktuebersicht





Schritt 1: Angebotsэлемент

Notieren Sie 2–3 Bewegungsarten/Ernährungsthemen/Entspannungsthemen, die Sie entwickeln wollen.

Themen Bewegung

-
-
-

Themen Ernährung

-
-
-

Themen Entspannung

-
-
-

Schritt 2: Einzigartige Angebotskombinationen

Skizzieren Sie aus den Kombinationen erste Angebotsideen.

Angebot 1

Angebot 2

Angebot 3

Schritt 3: Marktforschung im Hintergrund

Welche Motive, Bedürfnisse, Entwicklungen oder Trends untermauern Ihre Angebotsideen?



Hier können Sie das Wichtigste der letzten Seiten zusammenfassen und den Grundstein für die Angebotsentwicklung legen.





7 Schritte ZUR UMSETZUNG



7 Schritte

zur Entwicklung Ihres gesundheitstouristischen Angebotes



In diesem Kapitel geht's ans Eingemachte:

Das konkrete Arbeiten am gesundheitstouristischen Angebot, von der Idee zum buchbaren Produkt. Im ersten Kapitel haben wir uns umfassend mit dem Herzstück des neuen Angebots – der Bewegung – auseinandergesetzt. Wir haben erfahren, welche Bewegungsarten welche Wirkung haben und welche Bewegungsarten davon zu Ihrer Region und Strategie passen. Wir haben Trends aus den Bereichen Erholung & Entspannung sowie Ernährung kennengelernt und diese in einzigartige Themen-Kombinationen zusammengeführt. Dies bildet nun den Grundstein, den wir auf den nächsten Seiten verfeinern und bis auf das buchbare Angebot herunterbrechen.

Dazu haben wir **7 Grundschnitte** festgelegt, die Ihnen Orientierung und Unterstützung bieten sollen. Idealerweise begleiten die Unternehmen der Lebensraum Tirol Holding Sie in diesem Prozess.

1. **Ressourcenmining:** Zu Beginn steht das Ressourcenmining (welche Infrastruktur, Natur- und Kulturstätten, Angebote etc. gibt es in Ihrer Region) und eine Analyse, welche Themen für eine gesundheitstouristische Vermarktung sinnvoll sind.
2. **Zielgruppen- und Marktanalyse:** Nach Auswahl der Themenkombination wie zb. Wandern und Licht wird eine themenspezifische Markt- und Zielgruppenanalyse in der Region abgebildet.

3. **Produkt- und Dienstleistungsentwicklung:** Aufbauend darauf erfolgt die Produkt- und Dienstleistungsentwicklung, wo wir in gemeinsamen Workshops mit Expert*innen Ideen für Produkte kreieren und durch einen geführten Prozess bis zum buchbaren Angebot entwickeln.
4. **Cross-sektorale Synergien schaffen:** In diesem Schritt machen wir erste Überlegungen zur Vermarktung des entwickelten Angebots. Welche bestehenden Möglichkeiten gibt es, das neue Angebot mitzutransportieren, und wo müssen wir Neues entwickeln.
5. **Entwicklung zielgruppenspezifischer Marketingzugänge:** In diesem Schritt erarbeiten wir spezielle Marketingzugänge, die dem neuen Angebot gerecht werden und die gegebenenfalls neue Zielgruppen erreichen.
6. **Qualifizierungsphase:** Abgestimmt auf das entwickelte Produkt wird der Qualifizierungsbedarf erhoben und eine passende Qualifizierungsoffensive umgesetzt.
7. **Abschlussphase:** Am Ende des Projekts wird der Prozess reflektiert und ein Blick in die Zukunft gibt Ihnen Inspiration für weitere Entwicklungen.

Auf den kommenden Seiten haben wir jeden Schritt zum einen theoretisch erläutert und zum anderen Freifläche geschaffen, auf der Sie eigene Gedanken, Notizen und Überlegungen festhalten können.



1. Schritt

Ressourcenmining

WAS ist Ressourcenmining?

Ressourcenmining ist die Analyse der Region hinsichtlich ihrer bestehenden Ressourcen, die für die gesundheitstouristische Produktentwicklung in Frage kommen. Kulturelle Güter, natürliche Besonderheiten, Indoor-Infrastruktur wie Kletterhallen, Outdoor-Elemente wie Wanderwege und medizinische Angebote wie Physiotherapeuten können künftig als Teil des gesundheitstouristischen Angebots genutzt werden.

WIE mache ich das?

- *Erhebung der Ressourcen*

Eine umfassende Auflistung der bestehenden Ressourcen und die Auseinandersetzung mit selbigen geben einen klaren Blick auf den Reichtum der Region und ihre verborgenen Schätze.

- *Expertengespräch vor Ort zur Fokussierung der Ressourcen*

Ein strukturiertes Gespräch hilft, vorhandenes Wissen und bestehende Ressourcen zu identifizieren. Kulturelle und landschaftliche Besonderheiten können so hervorgehoben, und mit neuen Akzenten aufgewertet werden.

- *On-site-Visit der Ressourcen*

Eine Begehung der identifizierten Ressourcen hilft, vorhandene Informationen zu prüfen und relevante Details hervorzuheben. Wenn notwendig, können auch hilfreiche Daten durch Experten erhoben werden wie beispielsweise GPS-Tracking, Messung Feinstaubbelastung und Luftqualität (Ionenkonzentration), Messung Geräuschpegel, Messung Bewegungsintensität und Gesundheitserfolg (METs) oder die Erstellung eines Höhenprofils.

WARUM mach ich das?

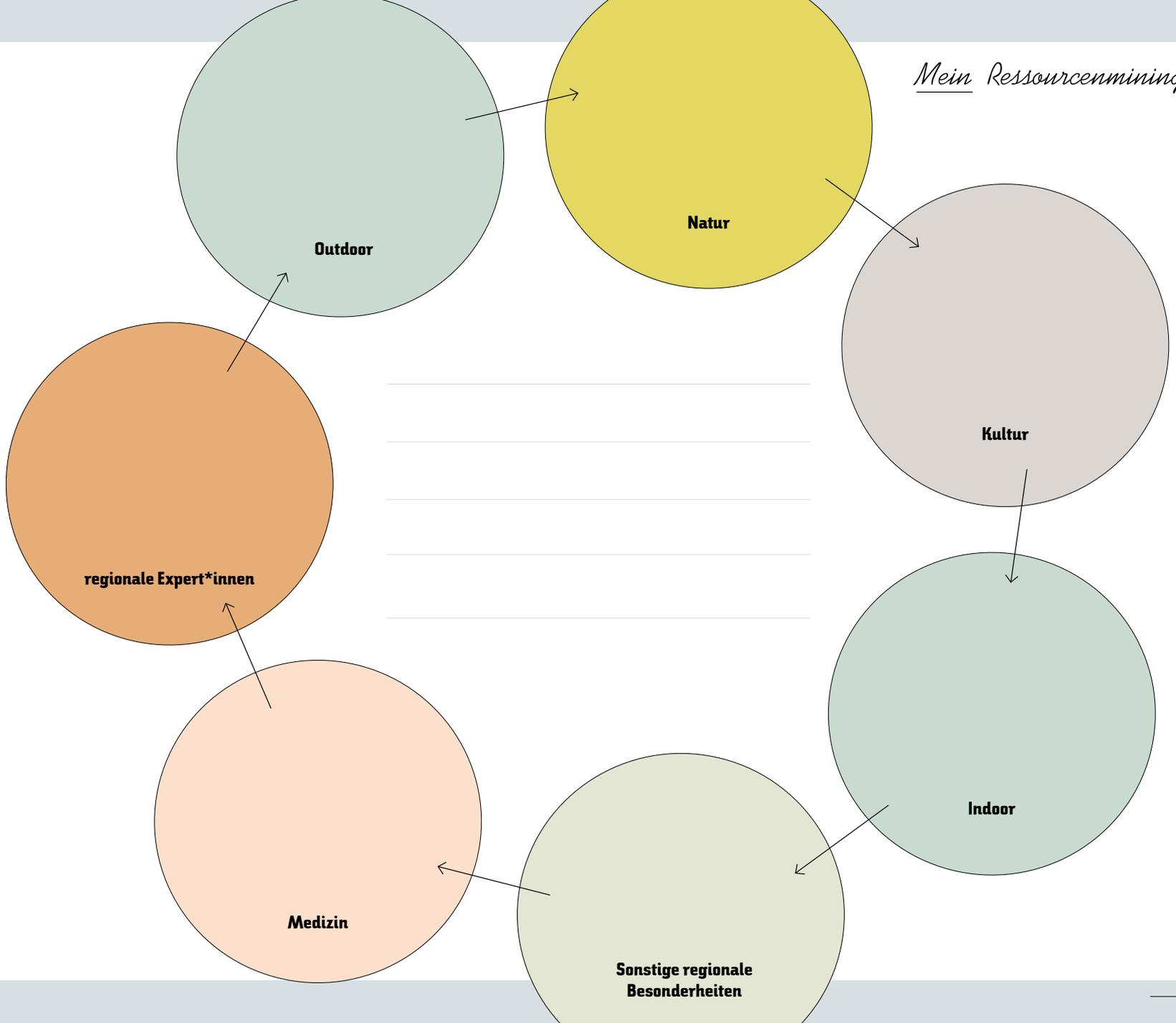
Das Ressourcenmining ist die Basis für authentische gesundheitstouristische Angebote. Denn nur wenn ich weiß, welche geeigneten Ressourcen ich zur Verfügung habe, weiß ich was ich verarbeiten kann. Gleichzeitig eröffnen sich im Zuge der Analyse oft neue Möglichkeiten und Ideen.



SCHRITT 1:

Nehmen Sie sich 10 Minuten Zeit und überlegen Sie zu jeder Ressource zwei Besonderheiten Ihrer Region.

Mein Ressourcenmining





2. Schritt

Zielgruppen- und Marktanalyse

WAS ist eine Zielgruppen- und Marktanalyse?

Nachdem Sie Ihre Themen ausgewählt haben (zb. Wandern und Höhe), liefert die fokussierte Markt- und Zielgruppenanalyse aufschlussreiche Informationen zur Konkurrenzsituation und zu den Bedürfnissen der Gäste bezüglich des gesundheitsorientierten Urlaubs. Folgende Fragen sollen dabei u.a. beantwortet werden: *Wie gestaltet sich der Markt für mein Angebot? Gibt es bereits ähnliche Produkte und wer bietet diese an? Wer ist meine Zielgruppe und wie erreiche ich diese?* Basierend darauf ergeben sich eine Konkretisierung des Angebots sowie die Wahl der Kommunikationsmittel und Kernbotschaften.

WIE mache ich das?

Es gibt verschiedene Wege, herauszufinden, was dem Gast, den Sie mit dem neuen Angebot ansprechen möchten, wichtig ist, und wie das Thema Gesundheit transportiert werden soll.

- Eigene Befragung

Um einen ungefilterten Blick auf den anvisierten Gesundheitsgast zu erhalten, besteht die Möglichkeit, eine Panel-Befragung zu machen, die einen neuen Markt anspricht. Dies ist mit einem etwas

größeren finanziellen Aufwand verbunden, liefert aber auch mehr detaillierte Informationen.

- Nutzung bestehender Gästebefragungen

Die Einbettung einiger Fragen in bestehende Befragungsrhythmen spart Zeit. Stammgäste oder eine aus den bestehenden Befragungen gefilterte Fokusgruppe bieten eine gute Befragungsgrundlage für innovative Ideen. Sie erhalten idealerweise ehrliche Antworten und können im vertrauten Gespräch nochmal nach Details fragen.

- Recherche

Die Aufarbeitung bereits ausgewerteter Befragungen gibt einen guten Überblick über den Gesundheitsgast. Eine Recherche zu Konkurrenzangeboten unterstützt die in weiterer Folge vorzunehmende Produktentwicklung.

WARUM mach ich das?

Das Thema Gesundheit ist spezifisch und bedarf einer zielgruppenorientierten Kommunikation. Da der gesundheitstouristische Markt ein Nischenmarkt ist und der Gast oft klare Bedürfnisse und Vorstellungen hat, ist eine fundierte Analyse der Gästebedürfnisse sinnvoll.

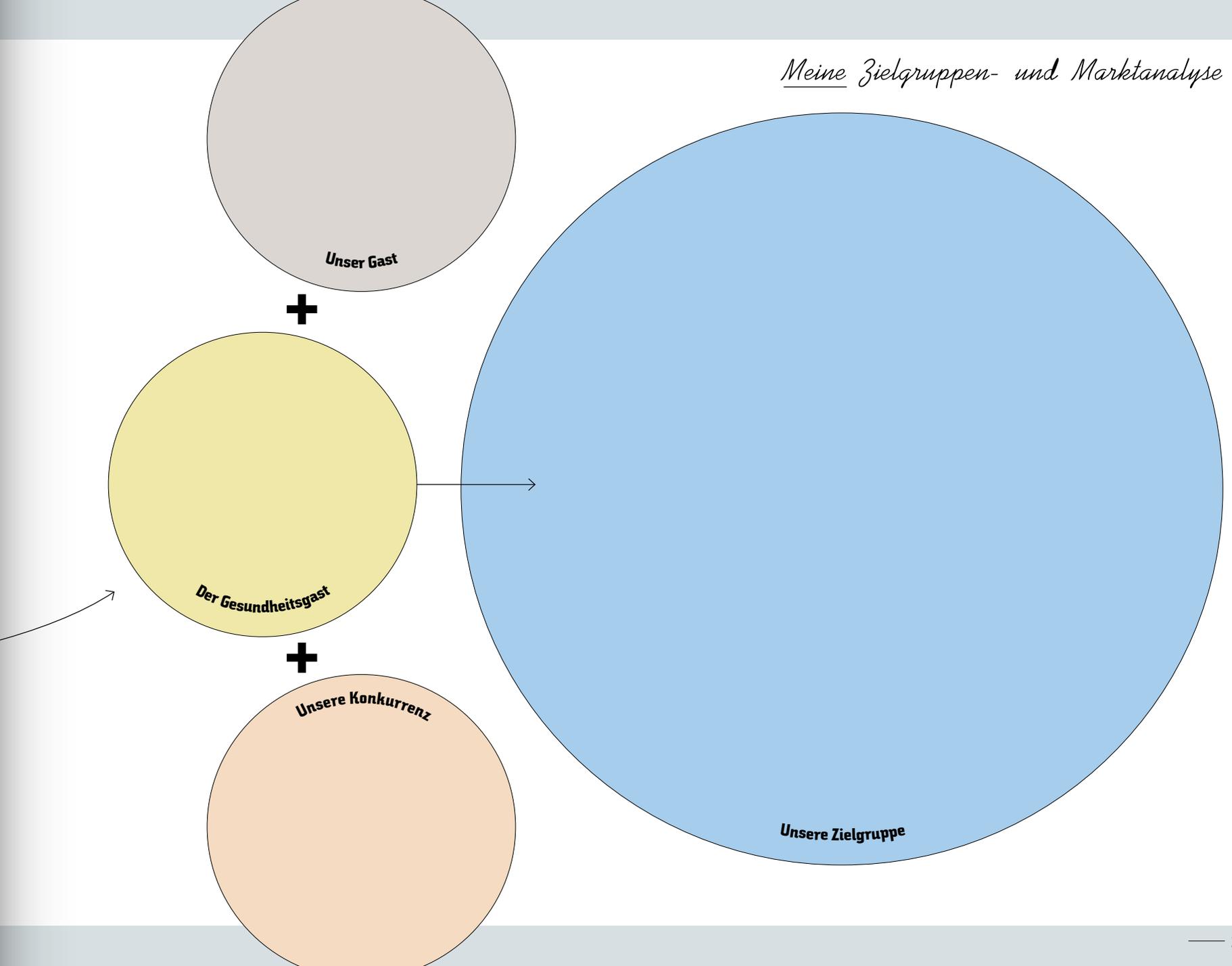


SCHRITT 2:

Nehmen Sie sich ein paar Minuten Zeit und reflektieren Sie: Ihre aktuellen Gäste, Ihre Mitbewerber und die Bedürfnisse des Gesundheitsgastes. Diese Merkmale tragen Sie bitte in Stichworten in die drei linken Kreise ein.

Notieren Sie im großen Kreis bitte, basierend auf den Ergebnissen, Ihre Zielgruppe und deren Bedürfnisse.

Meine Zielgruppen- und Marktanalyse





3. Schritt

Produkt- und Dienstleistungsentwicklung

WAS ist eine Produkt- und Dienstleistungsentwicklung?

Ziel ist es konkrete gesundheitstouristische Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln. Dabei sollten Bausteine der Buchung beinhaltet sein, Partner eruiert, Zielgruppen definiert, Märkte festgelegt und Marketing- und Vertriebskanäle sondiert. Klingt viel – ist es auch.

WIE mache ich das?

- *Mehrstufiger Workshop*

1) Kreative Öffnung: Eine gedankliche Inspirationsreise holt die Teilnehmer*innen ab, öffnet den Geist und ermöglicht den Blick über den Tellerrand.

2) Entwicklung von Individualideen: In Kleingruppen werden Ideen ohne konkrete Einschränkungen und Prämissen gesammelt, sortiert und geclustert.

3) Vorstellung und Diskussion der Individualideen: Die Vorstellung und Diskussion der Ideen im Plenum soll andere Meinungen und ergänzende Ideen ermöglichen. Ein Voting (zB mit Punkten) filtert die interessantesten Ideen.

4) Teamarbeit 1: Entwicklung von innovativen Gesundheitsangeboten: Diese werden ausgearbeitet und erstmals werden kritische Faktoren miteingebracht. Nun wird wieder gefiltert und die am besten geeigneten Angebote kommen in die finale Ausarbeitung.

5) Teamarbeit 2: Konkretisierung der Gesundheitsangebote in Hinblick auf konkrete Ansätze, Maßnahmen, Zuständigkeiten und das weitere Vorgehen. Die finale Detailplanung bedarf nochmal umfangreicher Arbeit. Das Ergebnis sollte ein buchbares Angebot sein.

WARUM mach ich das?

Die Produkt- und Dienstleistungsentwicklung ist das Herzstück, denn hier definieren Sie das Angebot, welches Ihre Region ausmacht und Ihre Gäste begeistert. Nehmen Sie sich daher genug Zeit und kreieren Sie ein Angebot, welches zu Ihrer Region passt und Ihre individuellen Kompetenzen in den Bereichen Gesundheit und Tourismus widerspiegelt.



Platz für Notizen:

Area with horizontal dotted lines for taking notes.



REIZWORTANALYSE – um dem Denken eine neue Richtung zu geben:

Diese Kreativitätstechnik, oft auch Zufallswort- oder Random-Input-Technik genannt, ist eine typische Konfrontationstechnik. So geht's:

- *Wählen Sie einen Begriff (Nomen) nach dem Zufallsprinzip aus einer Zeitung, einem Buch oder einer vorbereiteten Liste.*
- *Schreiben Sie vier bis sechs charakteristische Merkmale des zufällig gewählten Begriffs auf.*
- *Versuchen Sie nun zwischen Ihrem Thema und jedem Merkmal eine Verbindungen herzustellen. Welche Ideen fallen Ihnen zu den einzelnen Merkmalen des Begriffes ein?*
- *Wiederholen Sie diesen Vorgang mit einem oder zwei weiteren Zufallswörtern. Acht bis zehn Minuten sollten für ein Zufallswort ausreichend sein.*



4. Schritt

Cross-sektorale Synergien schaffen und nützen

WAS ist eine cross-sektorale Synergie?

Cross-sektorale Synergien sind Maßnahmen, die erst auf den zweiten Blick auf das Konto Ihres gesundheitstouristischen Angebots einzahlen. Dazu zählen Aktivitäten wie Veranstaltungen, Vorträge, Messeauftritte, Werbeeinschaltungen, Studienreisen, Exkursionen u. ä., die das Gesamthema pushen.

WIE mache ich das?

- Bestehendes prüfen

Schauen Sie sich Ihre Region an: Welche Aktivitäten gibt es, die für eine Nutzung in Frage kommen? Welche Kommunikationskanäle stehen zur Verfügung? Gibt es Maßnahmen, die adaptiert oder erweitert werden können? Beispielsweise kann ein bestehender Ostermarkt um einen Bewegungsparcours ergänzt werden oder ein Wirtschaftstreffen (einmalig) unter das Gesundheitsmotto gestellt werden.

- Neues entwickeln

Nachdem Sie das Bestehende gescreent haben, füllen Sie die Lücken mit den neu entwickelten Aktivitäten. Es könnte zum Beispiel sinnvoll sein, sich um die Ausrichtung eines internationalen Kongresses zu

bewerben oder in Kooperation mit einer themenspezifischen Interessensvertretung zu arbeiten. Als Tourismusanbieter*in auf einer Outdoormesse ist man sichtbarer als auf der Tourismusmesse.

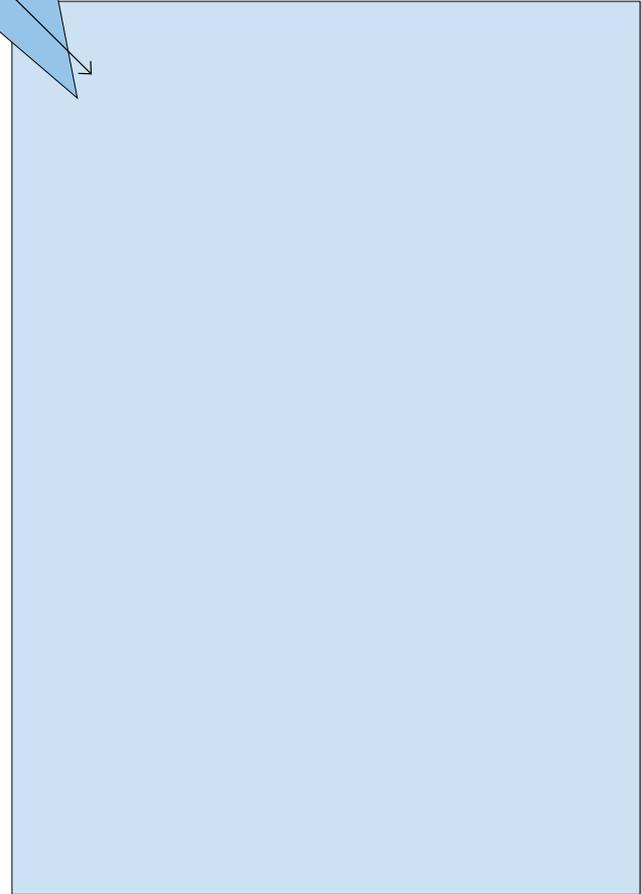
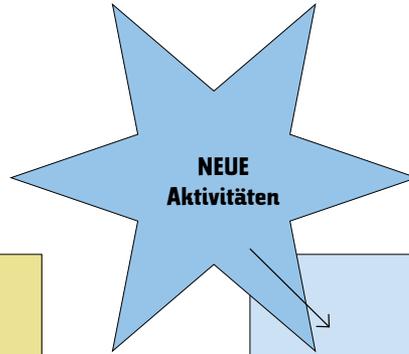
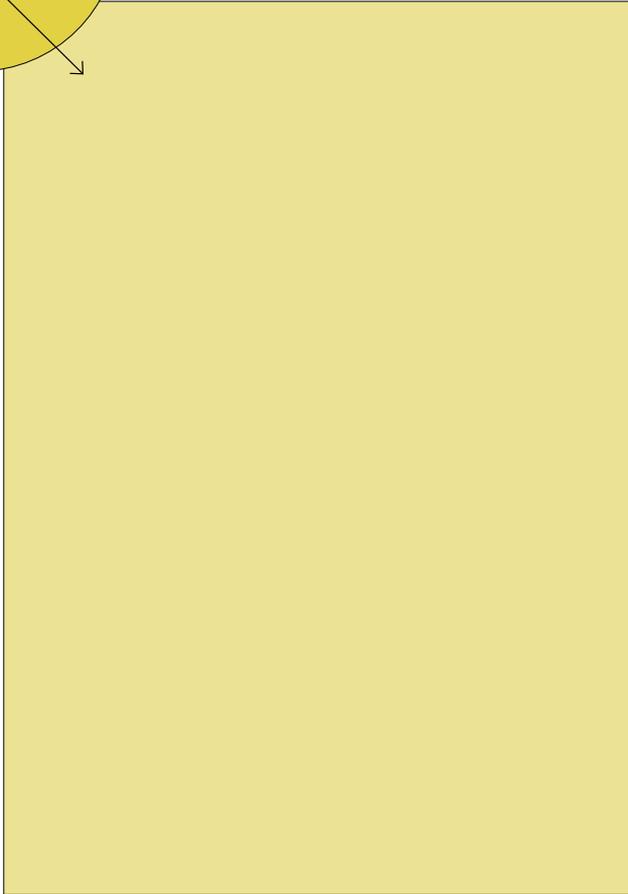
WARUM mache ich das?

Nachdem Sie mit viel Fleiß und Denkarbeit ein Produkt entwickelt haben, müssen Sie es nun auch unter die Leute bringen. Insbesondere bei geringen Budgets sind solche cross-sektoralen Maßnahmen ideal. Eine bestehende Aktivität gemeinsam zu nutzen ist mit geringerem personellen und finanziellen Aufwand verbunden und die Wirkung kann ohne allzu großen Aufwand getestet werden.



SCHRITT 4:

Nehmen Sie sich hier etwas Zeit, bestehende Maßnahmen zu notieren, die Sie für Ihr neues Angebot nutzen können. Wenn Ihnen dann noch etwas fehlt, tragen Sie es rechts ein. Das können auch Dinge sein, die zu einem späteren Zeitpunkt passieren sollen → Ideen, Wünsche, Geplantes ...





5. Schritt

Entwicklung zielgruppenspezifischer Marketingzugänge

WAS ist ein zielgruppenspezifischer Marketingzugang?

Ihr neues gesundheitstouristisches Angebot ist eine auf eine spezielle Zielgruppe ausgearbeitete Dienstleistung. Diese Zielgruppe hat klare Anforderungen und unterscheidet sich möglicherweise von Ihren bestehenden Kund*innen. Vielleicht ist es notwendig, neue Inhalte über ganz neue Kanäle zu kommunizieren. Finden Sie heraus, wie Sie die neue Zielgruppe am besten erreichen. Gesundheitsangebote sind anders, sie brauchen umfassende vertrauensvolle Kommunikation.

WIE mache ich das?

Sie haben sich bereits intensiv mit dem Thema auseinandergesetzt und wissen nun, wie Ihre neuen Kund*innen ticken. Neben den klassischen Kommunikationskanälen sollten auch spezielle Zugänge angedacht werden. Recherchieren Sie nach Interessenvertretungen, Testimonials, Blogs, Magazinen, Foren, Veranstaltungen und Kongressen.

- *Interessenvertretungen, Testimonials*
Kooperationen mit Interessenvertretungen vermitteln dem Gast Sicherheit und sind ein qualitativer Kommunikations-

kanal. Auch bekannte Persönlichkeiten aus dem Themenfeld, Personen aus Ihrer Region, die für das Thema stehen, können Ihre Kompetenz unterstreichen.

- *Fachmagazine, Blogs, Foren*

Es gibt zu jedem Thema ein Magazin, eine Zeitschrift etc. Hier können Sie Anzeigen schalten, Interviews anbieten oder sogar Journalist*innen oder Blogger*innen zu einem Lokalausgang einladen.

- *Fachkongresse*

Auf Kongressen treffen sich Expert*innen und je nach Kongressform auch Gäste. Als Sponsor*innen, Aussteller*innen oder auch als Redner*innen können Sie Ihre neue Zielgruppe von Ihrer Kompetenz überzeugen.

WARUM mach ich das?

Wie bereits erwähnt, braucht Gesundheit eine vertrauensaufbauende Kommunikation. Qualitativ hochwertige und evidenzbasierte Informationen untermauern Ihre Kompetenz im Bereich Gesundheit. Eine Kommunikationsagentur, die auf Gesundheitskommunikation spezialisiert ist, kann sicherlich an der einen oder anderen Stelle sinnvoll unterstützen.



SCHRITT 5:

Hier können Sie Ihre Recherche darstellen. Diese Übersicht hilft Ihnen, einen detaillierten Kommunikationsplan in Kombination mit den klassischen Marketingzugängen zu erstellen.

Meine Entwicklung zielgruppenspezifischer Marketingzugänge

Testimonials	Fachkongresse	Interessensvertretungen	Blogs, Foren	Fachmagazine



6. Schritt

Qualifizierungsphase

WAS ist ein Qualifizierungsbedarf?

Hier geht es darum, zu erheben, welche Weiter- und Ausbildungen in der Region notwendig sind, um das angedachte Produkt kompetent anzubieten. Gleichzeitig soll eine Übersicht erstellt werden, welche gesundheitstouristischen Kompetenzen in der Region vorhanden sind, um den entstehenden Bildungsbedarf abzudecken, und was „extern“ organisiert werden muss.

WIE mache ich das?

- *Recherche*

Sinnvoll ist es, mit Hilfe einer umfassenden Internetrecherche und Durchsicht bestehender Verzeichnisse (zb. Wifi, BFI) einen Überblick zu schaffen, welche Aus- und Weiterbildungsangebote es in der Region und darüber hinaus gibt. Dieser kann auch für weitere Kommunikations- und Entwicklungsprozesse genutzt werden.

- *Workshop*

Ein aufbauender Workshop mit Vertreter*innen der verschiedenen Stakeholder wie Tourismusverband, Betriebe, Gemeinde, Gesundheitsdienstleister*innen etc. gibt dem Ganzen Struktur. Zu Beginn wird das Rechercheergebnis diskutiert und vervollständigt. Dann werden Ideen

für die Entwicklung eines Schulungsangebotes generiert. Dabei werden Inputs gesammelt, gesichtet, gruppiert und bewertet. Aus den Erkenntnissen des Workshops wird dann ein Curriculum zur Höherqualifizierung und Schulung von Mitarbeiter*innen in gesundheitstouristischen Betrieben entwickelt.

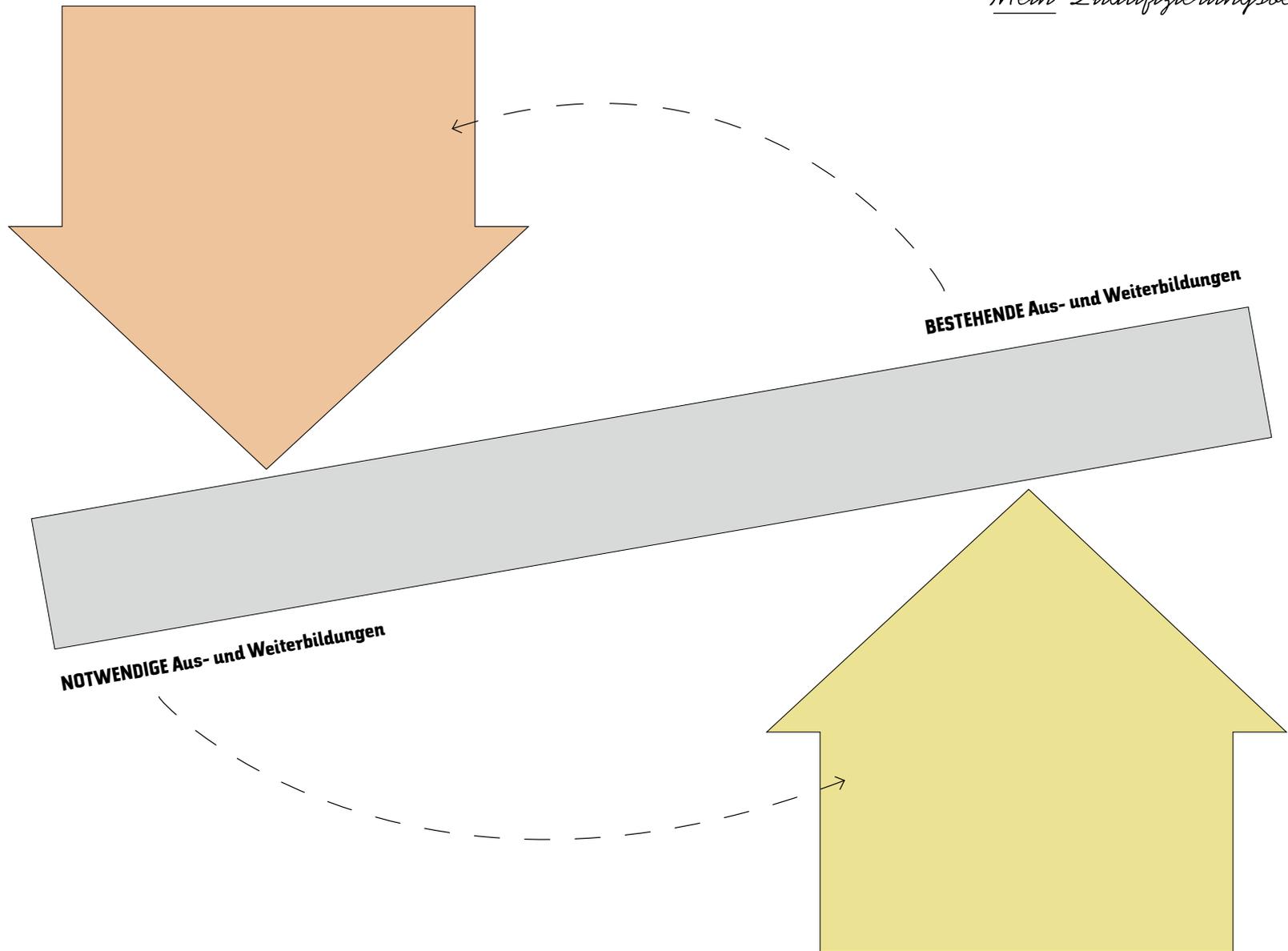
WARUM mach ich das?

Ziel ist es, gesundheitstouristische Kompetenzen in der Region mit praxisorientierten Weiter- und Ausbildungsangeboten zu steigern und eine nachhaltige und wettbewerbsfähige Regionalentwicklung sicherzustellen. Hier macht es Sinn, regionale Anbieter*innen einzubinden, zum einen für die regionale Wertschöpfung und zum anderen zur Steigerung des Commitments für das Angebot. Die Übersicht der Kompetenzen zeigt, welche gesundheitstouristischen Anbieter*innen in der Region sind, und kann auch für andere Zwecke wie beispielsweise Standortentwicklung genutzt werden.



SCHRITT 6:

*Fällt Ihnen schon etwas ein?
Schreiben Sie bestehende Angebote in den rechten Pfeil.
Und in den linken Pfeil die Angebote, die Sie brauchen.
Schnell wird klar, wo es Handlungsbedarf gibt.*





7. Schritt

Abschlussphase

WAS ist eine Abschlussphase?

Viel Zeit und Hirnschmalz haben Sie aufgewendet um ein einzigartiges, gesundheitstouristisches Angebot und alles was es dazu braucht, zu entwickeln. Nun nutzen wir die Abschlussphase, um nochmal zu reflektieren.

- Was ist gut gelungen?
- Wo gab es Schwierigkeiten?
- Was könnten/sollten wir in Zukunft anders machen?
- Wo liegen weitere Entwicklungspotenziale?
- Gibt es schon konkrete Ideen?
- Was wollen wir gleich machen, was später?
- Ach ja, und das wollte ich mir auch noch aufschreiben ...



Hier ist Platz für Ihre Zukunftsvisionen –
scribbeln, skizzieren, zeichnen Sie los!



**GESCHAFFT –
Zeit, sich zu
belohnen und
stolz zu sein!**

*Ein Stück frisches
Obst genießen,
einen Augenblick
lang in der Natur
verweilen oder
sich sanft mit den
„12 Tirolern“
bewegen ...*



Sanft bewegen mit Toni Innauer:
Die „12 Tiroler“ – 12 Übungen
für Körper und Seele

www.blog.tirol/2020/11/12tiroler-fitnessuebungen

Im Überblick

Weiterführende Kontakte und Informationen zu den Themen des Arbeitsbuches

Hier finden Sie eine Auswahl an Kontakten zu den unterschiedlichen Themen. Des Weiteren finden Sie über den QR-Code das innovative Kompetenznetzwerk der Tiroler Cluster der Standortagentur Tirol. So entsteht ein sich selbst verstärkendes Ökosystem an gesundheitsfördernden Rahmenbedingungen und Leistungen, die Ihre Region deutlich attraktiver als Lebens-, Arbeits- und Wirtschaftsraum für Einheimische wie Gäste gleichermaßen entwickeln hilft.

BEWEGUNG

Alpenverein
www.alpenverein.at

EU-Interreg-Projekt WinHealth
www.standort-tirol.at/cluster/internationale-projekte/winhealth

Volkssport Verband
www.oevv-wandern.at

Deutscher Wanderverband
www.wanderverband.de

Radsport Verband Österreich
www.radsportverband.at

Österreichische Kletterverband
www.austriaclimbing.com

Langlaufen Info
www.oesv.at/langlauf

Österreichischer Skiverband
www.oesv.at

Tiroler Skilehrerverband
www.tiroler-skischule.at

Pilates Verband
www.pilates-verband.at

ISAG Insitut für Sport-, Alpinmedizin und Gesundheitstourismus
www.isag-sportmedizin.at/schwerpunktprojekte

Tiroler Sportverbände
www.tisport.at

Sportunion
<https://sportunion.at>

AKSÖ Arbeitsgemeinschaft für Sport und Körperkultur in Österreich, Landesverband Tirol
www.askoe-tirol.at

ASVÖ Allgemeiner Sportverband Österreichs
www.asvoe.tirol

Institut für Sportwissenschaft, Universität Innsbruck
www.uibk.ac.at/isw

Bergwelt Tirol – Miteinander Erleben
www.bergwelt-miteinander.at

Tiroler Bergsportführerverband
www.bergsportfuehrer-tirol.at

Therapeutisches Klettern
www.markusschauer.com

ERHOLUNG & ENTSPANNUNG

Global Wellness Institute
<https://globalwellnessinstitute.org/initiatives/>

Mindfulness Verband Österreich
<https://obam.at>

Verband der ganzheitlichen Naturheiltherapeuten DACH – VGNÖ
www.naturheiltherapeuten.at

Thrive global
<https://thriveglobal.com/categories/well-being/>

Deutscher Wellnessverband
www.wellnessverband.de

Yogalehrer Verband Austria
www.yoga.at

LICHT

Gesellschaft für Bildekräfteforschung e.V.
www.lichtfragen.info/de/studien.html

International Dark Sky Association
www.darksky.org

Lebensraum Naturnacht
www.nhm-wien.ac.at/forschung/projekt_lebensraum_naturnacht

Deutsche Lichttechnische Gesellschaft
www.litg.de

Tiroler Umwelthanwaltschaft
www.hellenot.org

HÖHE

Kurorte Verband
www.oehkv.at

Terra X Cube Bozen
<https://terraxcube.eurac.edu/de/home-deutsch>

AMAS Höhenstudie
www.umat-tirol.at//page.cfm?vpath=departments/medizin/isag/forschung--projekte/amas-2000

Healing Alps Projekte
www.alpine-space.eu/projects/healps-2/en/home

Institut für Sportwissenschaft, Universität Innsbruck
www.uibk.ac.at/isw

SCHLAF

Schlaflabor Innsbruck
www.i-med.ac.at/neurologie/patienten/diagnostik/schlaflab.html

Institut für Schlaf- und Wachforschung Wien
www.iswf.at/de/home

Österreichische Gesellschaft für Schlafmedizin & Forschung
<https://schlafmedizin.at>

Labor für Schlaf und Bewusstseinsforschung
www.sleepscience.at

ERNÄHRUNG

Anerkannte nationale Gütezeichen und EU-Zeichen für den Lebensmittelbereich
www.lebensmittel-guetezeichen.at

Austria Bio Garantie
www.abg.at

Agrarmarketing Tirol GmbH „Qualität Tirol“
www.qualitaet.tirol

fhg – Zentrum für Gesundheitsberufe Tirol GmbH; Studiengang Diätologie
www.fhg-tirol.ac.at

Verband der Diätologen Österreichs
www.diaetologen.at

Verband der Köche Österreichs in Tirol
www.kochverbandtirol.com/mitglied-werden/vorstand/

MCI Lebensmitteltechnologie & Ernährung
www.mci.edu/de/forschung/schwerpunkte/food-science-biotechnology

HBLFA Tirol in Rotholz/Strass im Zillertal: Fachrichtungen „Landwirtschaft und Ernährung“ und „Lebensmittel- und Biotechnologie“
www.hblfa-tirol.at/schule/fachrichtungen.html

Landwirtschaftliche Lehranstalten (LLA) in St. Johann in Tirol
<https://lla-stjohann.tsn.at/herzlich-willkommen>

in Imst
www.lla-imst.at/de/home.html

Netzwerk Kulinarik
<https://b2b.amainfo.at/kulinarik>

REGIONAL & SAISONAL

Innung Metzger Tirol
www.metzger-tirol.at

Gutes vom Bauernhof, Rezeptesammlung
www.gutesvombauernhof.at/oesterreich/rezepte.html

Österreichische Gesellschaft für
Gesundheitsförderung

<https://gesundheitsfoerderung.at>

Alpine Pearls – Nachhaltiger Urlaub mit
Mobilitätsgarantie

www.alpine-pearls.com

Bergsteigerdörfer

www.bergsteigerdoerfer.org

Tiroler Obst- und Gartenbauvereine

www.gruenes-tirol.at

Übersicht der Bauernmärkte & Hofläden
in Tirol

<https://regional.tirol/komm-her-bauernmarkt/>

Direktvermarkter in Tirol

<https://regional.tirol/direktvermarkter>

wirkaufenin.tirol (Plattform für Tiroler
Produkte)

www.wirkaufenin.tirol

Kauft regional (Plattform für regionale
Produkte)

<https://kaufregional.at/lieferservice/tirol>

Kulinarische Landkarte der AMA und
des Netzwerk Kulinarik:

www.genussregionen.at

SAVE FOOD

Globale Initiative Save Food

www.save-food.org

STOP Waste SAVE Food – innovative Ver-
packungslösungen zur Abfallreduktion
auf Handels- und Konsumentenebene

[https://boku.ac.at/wau/abf/schwerpunktthemen/
lebensmittel-im-abfall/stop-waste-save-food](https://boku.ac.at/wau/abf/schwerpunktthemen/lebensmittel-im-abfall/stop-waste-save-food)

App für Lebensmittelrettung

<https://toogoodtogo.at/de-at/about-us>

Verein zur Nutzung von Ungenutztem

<http://feld-verein.at>

EU gefördertes Projekt MARLENE

[www.atm-online.at/projekte/marlene-lebensmit-
telabfallvermeidung.html](http://www.atm-online.at/projekte/marlene-lebensmit-
telabfallvermeidung.html)

Vereinbarung zur Vermeidung von
Lebensmittelabfällen bei Lebensmittel-
unternehmen

[www.wko.at/branchen/handel/lebensmittelhandel/
lebensmittel-sind-kostbar.html](http://www.wko.at/branchen/handel/lebensmittelhandel/
lebensmittel-sind-kostbar.html)

MODERNE ESSKULTUR

Snackification: Das Ende der Mahlzeiten

[www.zukunftsinstitut.de/artikel/food/
snackification-das-ende-der-mahlzeiten-
wie-wir-sie-kennen/](http://www.zukunftsinstitut.de/artikel/food/
snackification-das-ende-der-mahlzeiten-
wie-wir-sie-kennen/)

Nutrition Hub – Deutschsprachig größtes
Netzwerk von Ernährungswissenschaft-
ler*Innen mit neuesten Trends

www.nutrition-hub.de/

Esskulturen 2020 mit Fokus auf Tirol und
Südtirol

[https://docplayer.org/196736667-Impressum-
esskulturen-2020-kulturberichte-aus-tirol-und-
suedtirol.html](https://docplayer.org/196736667-Impressum-
esskulturen-2020-kulturberichte-aus-tirol-und-
suedtirol.html)

INITIATIVEN FÜR EIN 360° KONZEPT

Gesunde Gemeinde

[www.mci4me.at/de/news-filter/91-community-
projekte/1129-implementierung-der-initiative-
gesunde-gemeinde-in-den-tiroler-gemeinden-fiss-
ladis-und-serfaus](http://www.mci4me.at/de/news-filter/91-community-
projekte/1129-implementierung-der-initiative-
gesunde-gemeinde-in-den-tiroler-gemeinden-fiss-
ladis-und-serfaus)

Gesunde Schule

[www.gesundeschule.tsn.at/content/gesunde-
schule-projekt](http://www.gesundeschule.tsn.at/content/gesunde-
schule-projekt)

Austria Gütezeichen Gesundheitstouris-
mus – Best Health Austria

[www.besthealthaustria.com/de/austria-
guetezeichen-gesundheitstourismus.html](http://www.besthealthaustria.com/de/austria-
guetezeichen-gesundheitstourismus.html)

Initiative „Green Events Tirol“

<https://greenevents-tirol.at/de/>

Initiative „Lebensmittel sind kostbar!“

[www.bmlrt.gv.at/service/bildungsmaterialien/
Lebensmittel/kostbare_lebensm.html](http://www.bmlrt.gv.at/service/bildungsmaterialien/
Lebensmittel/kostbare_lebensm.html)

Leuchtturmprojekt essstisch.tirol

<https://essstisch.tirol/>

Entdecken Sie den Kompetenzatlas Tirols:
Tiroler Pioniere aus Wirtschaft und Wissenschaft auf einen Blick.
www.standort-tirol.at/kompetenzatlas



IMPRESSUM

Alle Rechte vorbehalten.

Alle Informationen wurden mit größtmöglicher
Sorgfalt zusammengetragen, jedoch kann für den
Inhalt und die Richtigkeit keinerlei Gewähr über-
nommen werden.

Herausgeber & Medieninhaber | Text:

Standortagentur Tirol GmbH

Tirol Werbung GmbH

Agrarmarketing Tirol GmbH

Bildquellen:

Tirol Werbung | Hans Herbig (Titelbild, S. 26re),
Tobias Madörin (S. 2), Peter Sandbichler (S. 4),
Peter Umfaher (S. 6), Frank Bauer (S. 7li),
Verena Kathrein (S. 7re, 18li, 49), Thomas
Klockner (S. 8), Erwin Haiden, bikeboard.at (S. 9, 11),
Sebastian Schels (S. 10li, 41), Matthias Burtscher
(S. 10re), Peter Neusser (S. 12), Robert Pupeter
(S. 13, 16re), Josef Mallaun (S. 14), Charly Schwarz
(S. 15ob, 26li), Ramon Haindl (S. 15un, 19), Oliver
Soulas (S. 16li), Jens Schwarz (S. 18re, 22, 23re),
Lisa Hörterer (S. 24), Lisi Osl (S. 25li), Sebastian
Höhn (S. 28mi), Kathrin Koschitzki (S. 30li), Paul
Kranzler (S. 34); // Bartenbach GmbH (S. 20li,
20mi); // Christoph Malin (S. 20–21); // Stefanie
Suchy (S. 21li); // Andreas Kirschner (S. 21mi); //
Martin Heck (S. 21re); // Wolfgang B. Kleiner
(S. 23li); // Withings (S. 25ob); // Gravity (S. 25mi);
// Oniriq (S. 29li); // Ochs im Glas (S. 30re); //
Futterkutter (S. 31li, mi); AMTirol (S. 31un);

Lektorat: Buchstabenbüro |

Mag. Katrin Hatzl-Dürnberger

Gestaltung: GRAFISCHES |

Monika Prast, MA

Stand — Innsbruck, März 2021

Druck- und Satzfehler vorbehalten.



Holen Sie sich
Ihr digitales
Arbeitsbuch:



QR-Code mit Tablet
oder Smartphone scannen
und PDF herunterladen,
oder online unter:
[www.lebensraum.tirol/
workbook_gesreg](http://www.lebensraum.tirol/workbook_gesreg)



**Lebensraum
Tirol Holding**



Standortagentur Tirol GmbH

Ing.-Etzel-Straße 17
6020 Innsbruck · Österreich
+43 512 526262 *t*
info@standort-tirol.at *e*
www.standort-tirol.at *w*

Tirol Werbung GmbH

Maria-Theresien-Straße 57/3
6020 Innsbruck · Österreich
+43 512 5320 *t*
info@tirol.at *e*
www.tirol.at *w*

Agrarmarketing Tirol GmbH

Maria-Theresien-Straße 55
6020 Innsbruck · Österreich
+43 512 575701 *t*
office@amtirol.at *e*
qualität.tirol *w*

Bewegung Ernährung Entspannung Innovation Vision Gesundheit Entwicklung Ernährung Entspannung Innovation Vision Gesundheit