



---

**Connect2Move**  
**Best Practice Sammlung & Geschäftsmodell-Report**

**Version 1.0**  
**Deliverable 1.1.3 (Aktivität 1.1.3)**

---

Projekttitel: Inwertsetzung von natürlichen Cardio-Trekking  
Wanderwegen durch Open Innovation zur nachhaltigen  
Förderung des generationsübergreifenden,  
gesundheitsorientierten Tourismus

Projektkronym: Connect2Move

Projektdauer: 01/2020 – 06/2022

Projektnummer: AB 296

Arbeitspaket/Aufgabe: T. 1.1.3 Open Innovation & Inwertsetzung: Best Practice  
Sammlung für Geschäftsmodelle

Projektwebseite: <https://connect2move-wandern.eu>

Autorinnen:

Eva-Maria Hollauf, Veronika Hornung-Prähauser,  
Diana Wieden-Bischof, Salzburg Research  
Forschungsgesellschaft

Laura Eisenberger, Birgit Böhm, TUM



Dieses Projekt wird durch das  
INTERREG Programm Österreich –  
Bayern 2014-2020 – gemeinsam,  
grenzenlos, gestalten finanziert

---

## Inhaltsverzeichnis

<b>Inhaltsverzeichnis</b>	<b>2</b>
<b>Hinweis zum Dokument</b>	<b>4</b>
<b>Kurzzusammenfassung des Projektes</b>	<b>5</b>
<b>Administrative Informationen</b>	<b>6</b>
<b>1. Einleitung</b>	<b>7</b>
1.1 Trends im Gesundheitstourismus	8
1.2 Potential datenbasierter Gesundheitsinnovationen für aktiven Urlaub	9
1.3 Zielsetzung und Methode	10
1.3.1 Geschäftsmodellentwicklung	10
<b>2. Best Practice im Überblick</b>	<b>13</b>
2.1 Best Practices im Überblick (Stand Mai 2022)	14
<b>3. Best Practice im Detail</b>	<b>19</b>
3.1 Pauschalreisen	19
3.1.1 Aktivwoche	19
3.1.2 Akon Gesundheitswandern	21
3.1.3 Herzwoche auf Kreta	23
3.1.4 Kardiotrekking: Vom Chiemsee zum Königssee	24
3.1.5 Bildungsurlaub "So schützen Sie Ihr Herz vor den Gefahren durch Stress"	25
3.1.6 Puls wecken im Ötztal	26
3.2 Geführte Wanderungen	28
3.2.1 Herzwandern: Wandern für ein gesundes Herz	28
3.2.2 Gesundheitswandern mit DWV	29
3.2.3 Wandern mit dem Herzverband Steiermark	30
3.2.4 HerzReha Bad Ischl: Wandergruppen	31
3.2.5 Gesundheitswanderung "Herzschlag für Herzschlag"	32
3.2.6 Herzhaus Herzwandertag	34
3.2.7 Puls-Fitness Tour Grünstein	35
3.2.8 Geführte Wanderungen in diversen Hotels	36
3.3 Individuell begehbare Wander-/Themenwege	38
3.3.1 Herzwanderwege Unterfranken	38
3.3.2 Herzwanderung "Gehen hält fit"	39
	2

3.3.3 Slí na Slainte	40
3.3.4 Panorama-Trail Hohe Tauern	42
3.3.5 Parcour du coeur	43
3.4 Best Practice Analyse	45
<b>4 Connect2Move Bausteine und Geschäftsmodell-Steckbriefe</b>	<b>47</b>
4.1. Basis für C2M-Bausteine: Der 1km BergFit-Test	47
4.2 Auswahl Geschäftsmodell-Ideen	49
4.3 Herzgesundheits-Urlaube mit BergFit-Paket	53
4.3.1 Geschäftsmodell-Steckbrief Cardio-Paket	54
4.4 Schulungskonzept zum "Wander-Buddy"	55
4.4.1 Geschäftsmodell-Steckbrief Schulungskonzept zum "Wander-Buddy"	57
4.5 Personalisierte, digitale Wanderkarten nach Herz-Belastungsintensität	58
4.5.1 Geschäftsmodell-Steckbrief digitale Wanderkarte	59
4.6 Leitfaden zur Implementierung eines Herz-Wanderweges	59
4.6.1 Geschäftsmodell-Steckbrief Handbuch	61
<b>5. Zusammenfassung</b>	<b>61</b>
<b>6. Literatur</b>	<b>63</b>
<b>7. Anhang</b>	<b>65</b>
7.1 Übersicht möglicher Geschäftsmodelltypen (nach Business Modell Innovation Lab, 2021)	65

### Hinweis zum Dokument

Die Ergebnisse der **Best Practice Sammlung** (Aktivität 1.1.3) fließen in die Erarbeitung des Dienstleistungspakets, des IT/Datentool und Gestaltung von Cardio-Trekking-Wege & Angebote ein: AP 2,3,4 & 5.T:

- *Durchführung einer NutzerInnen-Bedarfsanalyse* für digital unterstützte Cardio-Dienstleistungen in den teilnehmenden Regionen (Online-Plattform/Umfrage; N=mind. 150; LimeSurvey):
- *Einbindung von Nutzer/innen, touristischen Stakeholder und Gesundheitsdienste* in Zusammenarbeit mit der Alpenen Gesundheitsregion Salzburger Land und dem Cardio-Forum Bayern. Das AGS-Netzwerk besteht aus innovativen Gesundheits- & Tourismus-Kompetenzpartnern/-Betrieben mit Angebotsmix: sowohl klassische Wellness-, Wohlfühl- & Entspannungsangebote als auch klar medizinisch orientierte Präventionsangebote & therapeutische Angebote auf medizinischer Grundlage; Das Kardioforum Bayern umfaßt in Kooperation mit dem Klinikum St.Irmingard Kardiologen und touristische Experten aus verschiedenen Berufsgruppen, die die wichtigsten bestehenden "Herz-Aktivitäten" und naturnahe Gesundheitsdienst-Angebote im freien Naturraum besser zugänglich machen und weiterentwickeln möchten.
- *Durchführung von Open Innovation Forum/Workshops*: a) Definition touristischen, medizinische und technische Anforderungen)
- *Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle für neue touristische Gesundheitsdienste*: (Identifikation, Analyse und Beschreibung einer Best-Practise Sammlung; 20 internationale Cases), die in dem OI Workshop vorgestellt werden. Darauf aufbauend werden grenzübergreifende Angebotsstrategien für die neuen naturnahen und generationen- übergreifenden Cardio-Trekking-Wege und damit einhergehende neue Dienste (z.B. Cardio-Profilstationen) mit allen Stakeholdern entwickelt.

Auszug von Projektantrag (2019,VB-RD 11\_gültig ab 17.09.2019, Version 4 18.09.2019 16:42:31 Seite 16 von 47)

### Kurzzusammenfassung des Projektes

**Zielsetzung:** Inwertsetzung von natürlichen und evidenzbasierten Cardio-Trekking-Wegen durch Open Innovation Methoden zur nachhaltigen Förderung eines generations-übergreifenden, gesundheitsorientierten Tourismus.

**Inhalte:** Unter besonderer Berücksichtigung der Alpenregion, inklusive ihres kulturellen Erbes (z. B. Ökomodellregion (D), Bergsteigerdörfer (D), Römerregion (D), Almen- und Höhenwege (AT)) sollen bestehende Wanderwege zu Themenwegen gestaltet und digital neu kartographiert werden, in der neben der gewohnten Beschreibung der Länge, Höhenmeter, Wegbeschaffenheit und Dauer auch die kardiovaskulären Belastungsintensitäten gekennzeichnet werden. Ein Parameter für die Belastungsintensität ist die Herzfrequenz. Die Kennzeichnung der Naturwege und die Einordnung dieser erfolgt digital gestützt (als Ampelsystem, von rot "intensiv" zu grün "leichte Intensität") in bestehenden Wander-/TourismusApps.

Zur Inwertsetzung und Implementierung in den teilnehmenden Gemeinden wird ein Open Innovation Ansatz gewählt, der sportwissenschaftlich und medizinisch begleitet wird und die regionalen Stakeholder, als auch die Bevölkerung einbindet. Es werden zwei grenz- übergreifende, klimafreundliche und naturnahe Konzepte zur Bewegungsförderung/ Cardiotrekking in den Alpen entwickelt. Die Konzepte dienen der Steigerung des ganzjährigen, sanften Gesundheitstourismus und auch der Förderung der individuellen Gesundheitskompetenz für Touristen u. Einheimische.

**Ausblick:** Connect2Move fördert neue Tourismusinnovationen und -angebote mit "Herzgesundheit", durch die sanfte Inwertsetzung von Wegen mit kulturellem Erbe zu Cardiotrekking-Wegen zur Bewegungsförderung und gleichzeitigen Wissensvermittlung. Connect2Move fördert langfristig einen klimaneutralen Tourismus, steigert die Besucherzahlen in der Nebensaison, durch ein nachhaltiges, naturnahes "Herzgesundheitskonzept" (z. B. Zertifizierung von Gemeinden, Hotels).

**Aktuelle Projektinformation:** <https://connect2move-wandern.eu>

### Administrative Informationen

<b>Projekttitlel</b>	Inwertsetzung von natürlichen Cardio-Trekking Wanderwegen durch Open Innovation zur nachhaltigen Förderung des generationsübergreifenden, gesundheitsorientierten Tourismus
<b>Projektkoordinator</b>	Technische Universität München, Lehrstuhl für Präventive Pädiatrie; München, Deutschland
<b>Projektpartner</b>	Salzburg Research Forschungsgesellschaft mbH (SRFG), Salzburg, Österreich Ludwig-Boltzmann Gesellschaft GmbH, Ludwig-Boltzmann Institut für Digital Health and Prevention, Salzburg, Österreich Klinik St. Irmingard Prien am Chiemsee, GmbH, Tochtergesellschaft der Gesundheitswelt Chiemgau AG, Deutschland Alpine Pearls e.V., Österreich Gemeinde Aschau im Chiemgau, Deutschland
<b>Förderung</b>	INTERREG Österreich – Bayern 2014- 2020.
<b>Projektnummer</b>	AB296
<b>Projektzeitraum</b>	01/2020 – 30/06/2022
<b>Internetseite</b>	<a href="http://www.connect2move-wandern.eu">www.connect2move-wandern.eu</a>
<b>Dokumentnummer</b>	D 1.1.3
<b>Dokumenttitel</b>	Best Practice & Geschäftsmodell Report
<b>Autorinnen</b>	Eva-Maria Hollauf, Veronika Hornung-Prähauser, Diana Wieden-Bischof; Salzburg Research Forschungsgesellschaft; Laura Eisenberger, Birgit Böhm (TUM München)
<b>Version &amp; Status</b>	Version 1.0
<b>Datum</b>	10.06.2022

## 1. Einleitung

Die positiven Effekte von Bewegung in der Natur auf die physische und psychische Gesundheit wurden bereits in zahlreichen Studien beschrieben (Bowler et al., 2010; Ewert et al., 2014; Hartig et al., 2014; Li et al., 2020; Mitten, 2009; Mutz & Müller, 2016; Nordbø & Prebensen, 2015). Dabei muss es sich aber nicht um intensives, anstrengendes Training handeln: Bereits 15 Minuten pro Tag oder 90 Minuten pro Woche mäßig intensiver Bewegung können sich positiv auf die Gesundheit auswirken, auch von Personen, die ein hohes Risiko für Herz-Kreislauf-Erkrankungen aufweisen (vgl. Wen et al. 2011, S. 1249).

*“Gesundheitstourismus als eine Form des Reisens hat das Ziel, dem Gast gesundheitswissenschaftliche Dienstleistungen im Kontinuum von Medizin, Prävention und Wohlbefinden anzubieten, die häufig in einem angenehmen und dienstleistungsorientierten Setting angeboten werden. Der Gastpatient ist charakterisiert durch eine starke Eigenmotivation, die er mit Blick auf eine nachhaltige Verbesserung seines Gesundheitszustands einsetzt.”*

(E. Adamer-König et al. 2018, S. 35)

Da sich der gesundheitstouristische Markt in einige Unterkategorien gliedert, die sich teilweise stark voneinander unterscheiden, ist eine Definition und Beschreibung der einzelnen Aspekte notwendig, um das Projekt Connect2Move mit seinen Angeboten und Dienstleistungen in diesem Bereich korrekt zu verorten. Wie in der folgenden Abbildung ersichtlich, gliedert sich der Oberbegriff des Gesundheitstourismus in unterschiedliche Kategorien, welche auch verschiedene Aspekte der Gesundheitsförderung im Fokus haben. Diese Differenzierung ist nicht nur für die Kommunikation mit den Zielgruppen ausschlaggebend, sondern beeinflusst auch organisatorische oder rechtliche Vorgaben für die Anbieter:innen.

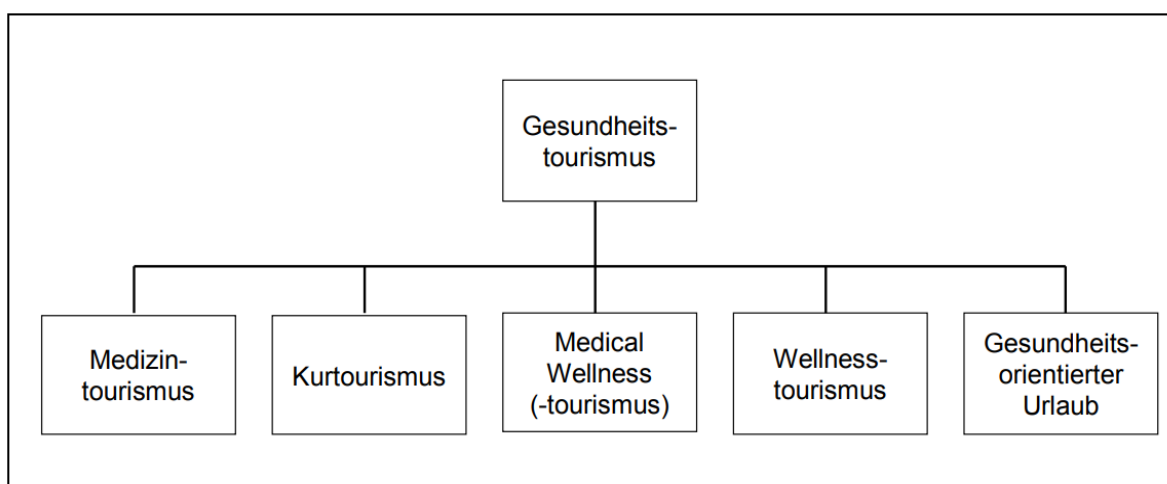


Abb. 1: Gliederung des gesundheitstouristischen Marktes, Rulle et al. 2010, S. 6 (angelehnt an Böhm 2007, S. 4)

*Medizintourismus* kann aufgrund der Ausrichtung an kranke Personen klar von den anderen Kategorien in Abbildung 1 abgegrenzt werden. Patient:innen reisen in diesem Fall in eine andere Region bzw. ein anderes Land, um vorwiegend ärztliche Behandlungen oder operative Eingriffe in Anspruch zu nehmen (vgl. Rulle et al. 2010, S. 6). Auch der *Kurtourismus* (auch: Vorsorge- und

Rehabilitationstourismus) richtet sich an Personen mit gesundheitlichen Beschwerden oder Einschränkungen, die durch den Aufenthalt in einem Kurort oder Heilbädern vermindert werden sollen. Es handelt sich hierbei um kurative und ärztlich begleitete Behandlungen von chronischen Erkrankungen, welche meist ärztlich verordnet und zusätzlich von Krankenkassen bezahlt oder bezuschusst werden. *Medical Wellness* ist laut Rulle et al. (2010) ein umstrittener Begriff, der aber nach Auffassung der Autor:innen ebenfalls als eigene Subkategorie angeführt werden soll. Es handelt sich hierbei um eine Verknüpfung von touristischen und medizinisch-therapeutischen Wellness-Leistungen.

Der klassische *Wellnesstourismus* ist selbst initiiert und -finanziert und stellt die persönliche Gesundheitsförderung in den Mittelpunkt. Er ist geprägt von der Suche nach Erholung und die Steigerung des eigenen Wohlbefindens durch Fitness, Körperpflege, gesunde Ernährung und Entspannung ist das hauptsächliche Reisemotiv (vgl. Rulle et al. 2010, S. 9). Bei der letzten Kategorie nach Rulle et al. (2010) handelt es sich um *gesundheitsorientierten Urlaub*. Hier möchte der Gast zwar etwas für seine Gesundheit und sein allgemeines Wohlbefinden tun, es handelt sich hier nicht um das alleinige Reisemotiv. Zusätzlich fällt hier der medizinische Aspekt weg und Verbesserung oder Wiederherstellung der Gesundheit ist nicht der Fokus. Vielmehr steht das Urlaubserlebnis im Mittelpunkt, welches durch die positiven Auswirkungen auf das Wohlbefinden erhöht wird (vgl. ebd).

Eine solche Übersicht der verschiedenen Ausprägungen im Gesundheitstourismus ist wichtig, um das Angebot, welches im Projekt Connect2Move entwickelt wird, einordnen und in weiterer Folge Geschäftsmodelle dafür entwickeln zu können. Der in Connect2Move entwickelte BergFit-Test mit der digitalen Visualisierung der Belastungsintensität auf den 8km-Wanderwegen positioniert sich nicht als medizinisches Angebot. Die Studie wurde mit Personen über 45 Jahre und ohne Herzerkrankungen durchgeführt. Der BergFit-Test ermöglicht es Personen, ihre körperliche Fitness anhand einer 1km-Teststrecke in der Natur zu testen und zielt darauf ab, das Gesundheitsbewusstsein der Personen zu stärken. Durch die Visualisierung auf digitalem Kartenmaterial für 8km-Wanderungen verfügen Wanderinnen und Wanderer das Wissen über ihre persönliche Belastungsintensität und können Ihre Wanderung dementsprechend anpassen, um Verletzungen oder Überlastung zu vermeiden. Gemeinden oder Hotels können sich mit dem Angebot für ihre Gäste klar als Gesundheitsregion positionieren und ihr Angebot um den BergFit-Test erweitern.

## 1.1 Trends im Gesundheitstourismus

Besonders die Alpenregion verfügt über eine Vielzahl an natürlichen Gesundheitsressourcen, welche bereits als Grundlage für touristische Dienstleistungen dienen und deren Wirksamkeit bei (chronischen) Erkrankungen wissenschaftlich untersucht und bestätigt wurden (vgl. Interreg Projekt Trail for Health, [www.trailforhealth.com](http://www.trailforhealth.com)). So sind beispielsweise die Heilkräfte der Krimmler Wasserfälle und die darauf aufbauenden Angebote wie etwa Hotels für Allergiker:innen und Asthmatiker:innen ein erfolgreicher Zweig des Gesundheitstourismus. Angebote in dieser Form können in Zukunft auch auf andere Krankheiten und besonders auf Präventivmaßnahmen angewendet werden. Sowohl in Deutschland (39,7 %) als auch in Österreich (48,1 %) stellen Herz-Kreislaufkrankungen die häufigste Todesursache dar, was ein hohes Potenzial für neue und



ergänzende Dienstleistungen für den präventiven Gesundheitstourismus in diesem Bereich aufzeigt (vgl. Adamer-König et al. 2018, S. 38).



Abb. 2: Markttreiber des “neuen Gesundheitstourismus”, Quelle: Project M & Keck Medical 2011, S. 9

Der demografische Wandel wird den Gesundheitstourismus in Zukunft maßgeblich beeinflussen: Im Jahr 2030 werden so beispielsweise 44% der Österreicher:innen über 50 Jahre sein und somit der Altersgruppe der “Best Ager” angehören (vgl. WKO 2015, S. 4). Hingegen des traditionellen Bildes der älteren Generation, welche sich zur Ruhe setzen möchte, zeichnet sich ein Wertewandel ab, der einen starken Einfluss auf das Konsumverhalten hat. Alter wird neu definiert und Best Ager stellen eine aktive, offene und gesundheitsbewusste Bevölkerungsgruppe dar, welche gerne Neues ausprobiert und empfänglich für innovative Produkte und Dienstleistungen ist. Gleichzeitig sind sie anspruchsvolle und kritische Konsument:innen, die bereit sind mehr Geld für eine hohe Qualität auszugeben (vgl. WKO 2015, S. 6). Im Vordergrund dieser Einstellung eröffnen sich für Anbieter von Gesundheitsangeboten neue Felder, die sich vom klassischen Kuraufenthalt hin zu aktiven, naturnahen Angeboten verändern.

In einer Studie des Institute of Brand Logic, in der rund 100 Tourismusexpert:innen zu zukünftigen Trends befragt wurden, zeichnet sich auch thematisch ein klares Bild ab: 81 % der Befragten sehen den stärksten Treiber in den Bereichen Wohlbefinden und Gesundheit, gefolgt von einem authentischen Naturerlebnis (68 %) und Regionalität (63 %) (vgl. Institute of Brand Logic, 2020).

## 1.2 Potential datenbasierter Gesundheitsinnovationen für aktiven Urlaub

Natur lässt sich nicht digitalisieren, aber das Urlaubserlebnis kann durch digitale Anwendung ergänzt werden. Aus den Entwicklungen im Bereich Digital und Connected Health lassen sich einige Chancen und Risiken für den Gesundheitstourismus ableiten. Wenn es gelingt, den Trend “Healthy Lifestyle” in die Angebote des gesundheitsorientierten Tourismus zu integrieren, können sich vielfältige neue Dienstleistungen und Möglichkeiten des Vertriebes entwickeln. Die Integration von digitalen Gesundheitsanwendungen und neuen Technologien im Alltag und das Urlaubserlebnis wird an Bedeutung gewinnen und Anbieter von touristischen Dienstleistungen müssen ihre Angebote an die Lebenswelt von potenziellen Kund:innen anpassen (vgl. Obier 2017). Die Forderung an den Gesundheitstourismus lautet, sich aktiv an der Implementierung von

Connected-Health-Technologien, wie sie im Alltag bereits verwendet werden, zu beteiligen. Das Potenzial von digitalen Anwendungen für den Gesundheitstourismus wird noch nicht ausgeschöpft und es fehlen Marktwissen und Erfahrungsaustausch (vgl. ebd.).

### 1.3 Zielsetzung und Methode

Das vorliegende Dokument fasst die Aktivitäten im Bereich Best Practices und Geschäftsmodellentwicklung des Projekts zusammen. Die Sammlung von Best Practice Beispielen zum Thema Wandern und Herzgesundheit bietet einen Überblick über bestehende Angebote und Dienstleistungen und zeigt wichtige Stakeholder und Netzwerke auf, welche in die im Projekt geplanten Stakeholder-Workshops miteinbezogen und für die Umsetzung der entwickelten Dienstleistung genutzt werden können. Erfolgreiche Konzepte können in die geplante Connect2Move-Dienstleistung eingearbeitet werden und tragen so zu einer hohen Akzeptanz bei der Zielgruppe und einer nachhaltigen Implementierung bei.

Im Rahmen einer Bedarfsanalyse, welche im Zeitraum von 29.07. - 10.09.2020 durchgeführt wurde, konnte ein erster Überblick über das Wanderverhalten der Zielgruppe und die Anforderungen an touristische Dienstleistungen gewonnen werden. Die Ergebnisse der Umfrage gibt es im Deliverable 1.1.1 nachzulesen.

Die Best Practice Sammlung dient als weiterer Schritt dazu, erfolgreiche Konzepte aufzuzeigen und im Projekt umsetzbare Aspekte zu identifizieren. Eine Ergänzung zu der Bedarfsanalyse und der Recherche von bestehenden Angeboten bietet die Arbeit mit ausgewählten Stakeholdern in Form von Workshops. Durch die Kooperation mit Partner:innen aus den Bereichen Tourismus und Gesundheit können tiefere Einblicke in die Praxis und ausschlaggebende Erkenntnisse für die Entwicklung einer nachhaltigen und akzeptierten Dienstleistung gewonnen werden. Eine detaillierte Beschreibung der Aktivitäten in diesem Bereich findet sich im Deliverable 1.1.2 des Projekts.

Die Best Practice Beispiele wurden nach Relevanz für das Projekt Connect2Move ausgewählt. Es handelt sich dabei um Angebote aus dem Gesundheitstourismus, insbesondere im Bereich Wandern und Bewegung. Ein spezieller Fokus wird auf das Thema Herz-Kreislauf-Gesundheit gelegt. Neben der Untersuchung der Durchführung und der Geschäftsmodelle der Beispiele, wird ebenfalls die Verwendung von technologischen Hilfsmitteln (z.B. Fitnesstracker, digitale Wanderkarten) beleuchtet.

#### 1.3.1 Geschäftsmodellentwicklung

Die Entwicklung eines Geschäftsmodells für ein Produkt bzw. eine Dienstleistung, welche sich noch in der frühen Entwicklungsphase befindet, stellt eine herausfordernde Tätigkeit dar. Aus diesem Grund ist das frühe Einbeziehen von Nutzeranforderungen und Stakeholdern wichtig, um ein Geschäftsmodell zu entwickeln, welches auch in der Praxis gut und nachhaltig umgesetzt werden kann. Auch im Projekt Connect2Move findet sich die Zielsetzung, das neue gesundheitstouristische Angebot nachhaltig in Tourismusdestinationen zu implementieren. Um dies zu erreichen, wurden neben den bereits erwähnten Aktivitäten Geschäftsmodell-Workshops veranstaltet.

- Pre-Workshop (6. Oktober 2021): Salzburg Research und TUM
- Geschäftsmodell-Workshop intern (17. November 2021): Salzburg Research (Moderation), TUM, Alpine Pearls, LBI, TI Aschau

Bei einem ersten Vorgespräch zwischen den Projektpartnern SRFG und TUM (6. Oktober 2021) wurde der Stand der Entwicklungen besprochen, um anhand der bisherigen Erkenntnisse die Grundlage für die weitere Geschäftsmodellentwicklung des Connect2Move-Angebots festzulegen. Durch die intensiven Gespräche wurde schnell ersichtlich, dass im Projekt mehrere Angebote (später: Bausteine) identifiziert werden können, welche aufgrund unterschiedlicher Zielgruppen spezifische Geschäftsmodelle benötigen.

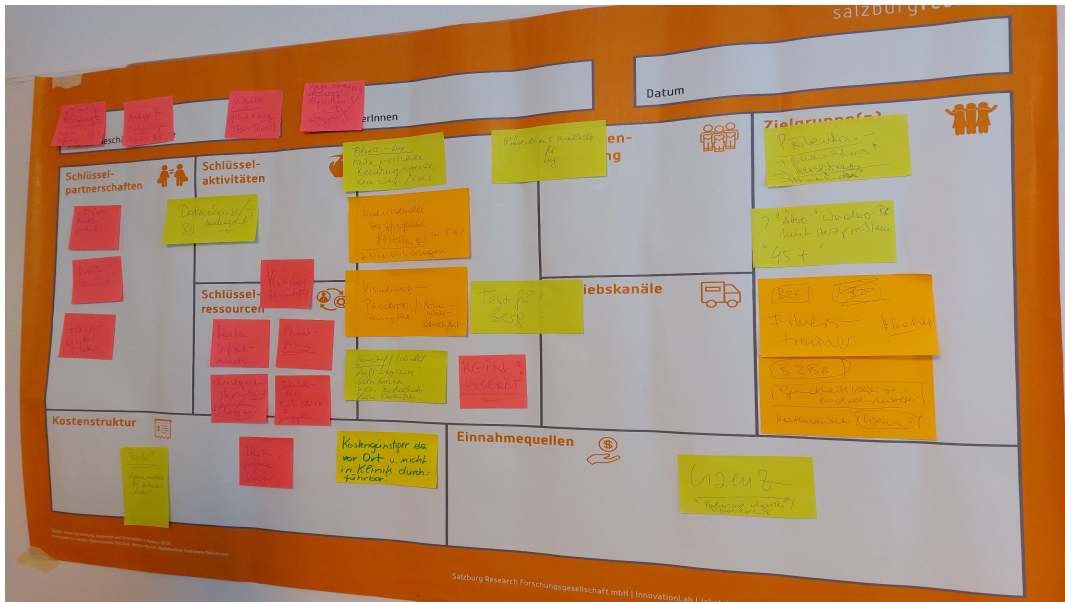


Abb. 3: Vorarbeiten mit dem Business Model Canvas nach Osterwalder (Projektmeeting, 6. Oktober 2021)

Mit Hilfe dieser Vorarbeiten und den Ergebnissen aus der Bedarfsanalyse und den Stakeholder-Workshops, konnten vier Bausteine des Connect2Move-Angebots identifiziert werden, von welchen für drei Bausteine beim zweiten Workshop am 17. November 2021 mit dem Projektteam Geschäftsmodelle ausgearbeitet wurden. Methodisch kombinierte der Workshop den Prozess der Geschäftsmodell-Entwicklung nach Osterwalder (vgl. 2011, 2014) und die Geschäftsmodell-Ideen nach Gassmann et al. (vgl. 2017, 2021).



Abb. 4: Geschäftsmodell-Canvas für Connect2Move (Vorlage von Osterwalder & Pigneur 2011)

Basierend auf dem Prozess der Geschäftsmodellentwicklung nach Vorlage des Business Model Canvas von Osterwalder & Pigneur (2011) wurden im Workshop im ersten Schritt Personas für die identifizierten Connect2Move-Bausteine erstellt. Personas repräsentieren die Zielgruppe bzw. einzelne Nutzer:innen eines Angebots und erleichtern das Definieren und Ausarbeiten der weiteren Anforderungen. Anschließend formulierte das Projektteam die Nutzenversprechen (auch: Wertversprechen oder Value proposition) für die einzelnen Bausteine. Das Nutzenversprechen beschreibt den Nutzen oder Mehrwert, den Kund:innen durch die Dienstleistung oder das Angebot eines Unternehmens erhalten (vgl. Abb. 4).

Unser(e) \_\_\_\_\_ (Produkte und Dienstleistungen) \_\_\_\_\_ (Verb z.B. hilft, ermöglicht, unterstützt, nützt) \_\_\_\_\_ (Kundensegment), die \_\_\_\_\_ (Kundenaufgabe) wollen, indem sie \_\_\_\_\_ (Kundenprobleme) \_\_\_\_\_ (Verb, bspw. verringern, vermeiden) und \_\_\_\_\_ (Kundengewinne) \_\_\_\_\_ (Verb bspw. erhöhen, ermöglichen).

Abb. 5: Vorlage zur Formulierung des Nutzenversprechens

Um im Anschluss passende Geschäftsmodelle für die Connect2Move-Bausteine zu identifizieren, kamen die "55+ Pattern Cards" des Business Model Innovation Labs (<https://bmilab.com>), einem Spin-Off der Universität St. Gallen, zum Einsatz. Diese haben ihre Forschungsergebnisse, nach denen rund 90 % aller Geschäftsmodelle auf 55 Muster zurückzuführen sind, in ein Kartenset umgewandelt, welches für die Entwicklung für Geschäftsmodelle dient. Das ursprüngliche Set wurde um einige digitale Modelle ergänzt (55+). Eine Vorauswahl grenzte die passenden Modelle für Connect2Move auf 15 Karten ein, die im Workshop vorgestellt und diskutiert wurden.

Abschließend wurden im Workshop die ausgewählten Geschäftsmodell-Ideen der einzelnen Bausteine des Connect2Move-Angebots unter Verwendung der strukturierten Vorlage von Geschäftsmodell-Steckbriefen beschrieben (vgl. Kapitel 4). Diese Methode dient zur einheitlichen Veranschaulichung von Geschäftsmodell-Ideen und erleichtert somit ebenfalls den Vergleich dieser.

Eine detaillierte Darstellung der Ergebnisse des Geschäftsmodell-Workshops bietet Kapitel 4.

## 2. Best Practice im Überblick

Um Best Practice Beispiele zum Thema Herz-Kreislauf-Gesundheit beim Wandern zu identifizieren, wurde ersten Schritt eine umfassende Web-Recherche durchgeführt. Webseiten von Initiativen, Organisationen, (Reha-)Kliniken und Verbänden, die Präventions- oder Rehabilitationsmaßnahmen anbieten, dienten hier als Untersuchungsgegenstand.

Der Fokus der Recherche lag auf Angeboten im Bereich Gesundheitswandern zum Thema Herzgesundheit, weshalb andere Dienstleistungen aus dem Bereich, wie beispielsweise Kneipp-Wanderwege oder Angebote für Allergiker:innen bereits im Vorfeld ausgeklammert wurden. Ein weiterer Betrachtungspunkt bei der Auswahl war, ob die Wanderungen durch Wanderführer:innen oder Gesundheitspersonal begleitet werden oder die Wanderwege individuell begehbar sind. In diesem Fall wurde darauf geachtet, ob die Wanderwege entsprechend beschildert oder analog oder digital mit Gesundheitsinformationen zur Herzgesundheit ausgestattet sind. Für die Entwicklung der Dienstleistung im Rahmen des Projekts sind auch die Intensität und/oder der Aufbau der Betreuung wissenswerte Aspekte.

Es findet sich bereits ein breites Angebot zu Wanderwegen bzw. geführten Wandertouren, die sich thematisch auf die Prävention von Herz-Kreislauf-Erkrankungen oder der Rehabilitation solcher beziehen. Erkennbar sind Unterschiede in der Dauer, Häufigkeit und der Art der Anbieter:

- Mehrtägige (geführte) Wanderungen (Pauschalreisen)
- mehrstündig - eintägig geführte Wanderungen (mehrere Termine, Aktionstage); Anbieter unterscheiden sich stark: Hotels mit Wanderführer, Kliniken, Initiativen und (Herz)Verbände
- individuell begehbare Angebote (gekennzeichnete Wanderwege)

Auch in Kliniken, die sich mit der Prävention und Rehabilitation von Herz-Kreislauf-Erkrankungen beschäftigen, finden sich Angebote in Form von ganzheitlichen diagnostischen Leistungspaketen, die sowohl ärztliche Untersuchungen bzw. Leistungs-EKGs, Gesundheitsinformation in Form von Seminaren oder Vorträgen und sportlichen Aktivitäten (z.B. Wanderungen, Nordic Walking oder Yoga) umfassen. Diese wurden aufgrund der Nähe zum Thema des Projekts mit in die Best-Practice-Sammlung aufgenommen, auch wenn hier die Zielgruppe auf Patient:innen liegt, welche im Rahmen des Projekts Connect2Move - wie in Kapitel 1 ausgeführt - nicht primär angesprochen werden.

## 2.1 Best Practices im Überblick (Stand Mai 2022)

Nr.	Titel	Art des Angebots	Ort	Leistung	Website
3.1.1	Aktivwoche	Pauschalreise mit Wanderangebot	diverse Angebote in Deutschland und Österreich	Gesundheitsurlaub mit geführten Wanderungen, Ernährungskonzepte und Workshops, Freizeitangebot	<a href="https://www.wipptal.at/de/wipptal-erleben/gesundheitswandern">https://www.wipptal.at/de/wipptal-erleben/gesundheitswandern</a>
3.1.2	Akon Gesundheitswandern	Pauschalreise mit Wanderangebot	diverse Angebote in Deutschland und Österreich	Sanftes Bewegungskonzept: Schulung Kraft, Koordination, Ausdauer und Beweglichkeit  Vermittlung von Informationen z.B. zur richtigen Ausrüstung, dem Verhalten in der Natur	<a href="https://www.akon.de/gesundheitswandern.html?token=80d14ee4687406f855ec97796d1c7938">https://www.akon.de/gesundheitswandern.html?token=80d14ee4687406f855ec97796d1c7938</a>
3.1.3	Herzwoche auf Kreta	Pauschalreise mit Wanderangebot	Kreta	12-tägige Reise zum Thema Herzgesundheit, medizinische betreut; Vermittlung aktueller Empfehlungen für die Herzgesundheit, Wanderungen und Kochkurse	<a href="http://www.kardioforumbayern.de/index.php/programm-e-veranstaltungen/programm-kardioforum/kreta-herzwochen">http://www.kardioforumbayern.de/index.php/programm-e-veranstaltungen/programm-kardioforum/kreta-herzwochen</a>
3.1.4	Kardiotrekking	Pauschalreise mit Wanderangebot	Start: Chiemsee	8-tägige Reise von Bruneck nach Bozen, geführt durch Kardiologie-Expert:innen; Wandern nach individueller Belastungsintensität unter ärztlicher Betreuung	<a href="http://www.kardioforumbayern.de/index.php/programm-e-veranstaltungen/programm-kardioforum/kardiotrekking">http://www.kardioforumbayern.de/index.php/programm-e-veranstaltungen/programm-kardioforum/kardiotrekking</a>
3.1.5	Bildungsurlaub "So schützen Sie Ihr Herz vor den Gefahren durch Stress"	Pauschalreise mit Wanderangebot	Deutschland	Wandern in der Gruppe, um die Vorteile der Bewegung für die Herzgesundheit kennenzulernen & Fachvorträge um mehr über Herzgesundheit und unterstützende Aktivitäten zu erfahren	<a href="https://www.lja.de/wp-content/uploads/Wandern_f_r_die_Herzgesundheit_2020.pdf">https://www.lja.de/wp-content/uploads/Wandern_f_r_die_Herzgesundheit_2020.pdf</a>

3.1.6	Puls wecken im Ötztal	Pauschalreise mit Wanderangebot	Ötztal, Tirol, Österreich	Pauschalreise mit geführten Wanderungen, begleitend mit Pulsuhren, die für den gesamten Aufenthalt zur Verfügung stehen	<a href="https://www.buswelt.de/puls-wecken-im-tztal-herrliche-wanderwege-entdecken-79309.html">https://www.buswelt.de/puls-wecken-im-tztal-herrliche-wanderwege-entdecken-79309.html</a>
3.2.1	Herzwandern: Wandern für ein gesundes Herz	geführte Wanderung	Bonn, Deutschland	Die von einer Heileurythmistin durchgeführten Wanderungen im Bonner Umland setzen sich zum Ziel, durch achtsames Gehen etwas für Herz und Gesundheit zu tun und somit die Herz- und Lebenskraft zu stärken.	<a href="https://www.bw-bv.de/programm-post-type/herzwandern-wandern-fuer-ein-gesundes-herz">https://www.bw-bv.de/programm-post-type/herzwandern-wandern-fuer-ein-gesundes-herz</a>
3.2.2	Gesundheitswandern mit DWV	geführte Wanderung	Deutschland	Geführte Wanderung durch vom DWV zertifizierten Gesundheitswanderführer:innen mit Fokus auf Wanderungen in Kombination mit Bewegungs- und Entspannungsübungen	<a href="https://www.wanderverband.de/wandern/gesundheitswandern/dwv-gesundheitswandern">https://www.wanderverband.de/wandern/gesundheitswandern/dwv-gesundheitswandern</a>
3.2.3	Wandern mit dem Herzverband Steiermark	geführte Wanderung	Steiermark, Österreich	Je nach Belastungsintensität wählbare Wanderungen mit Fokus auf die Herzgesundheit, durchgeführt von geschulten Personal des Herzverbands	<a href="https://www.herzverband-stmk.at/aktivitaeten/wandern">https://www.herzverband-stmk.at/aktivitaeten/wandern</a>
3.2.4	HerzReha Bad Ischl - Wandergruppen	geführte Wanderung	Bad Ischl, Österreich	Wandern und Nordic Walking unter ärztlicher Betreuung im Rahmen des Kuraufenthalts. Durchführung in an das Leistungsniveau angepassten Gruppen	<a href="https://www.herzreha.at/leistungsspektrum/therapeutisches-angebot">https://www.herzreha.at/leistungsspektrum/therapeutisches-angebot</a>
3.2.5	Gesundheitswanderung "Herzschlag für Herzschlag"	geführte Wanderung	Zillertal, Österreich	Wanderungen vom Tourismusverband; Gäste erhalten Pulsuhr, um Belastung zu überwachen und lernen so optimales Wandertempo kennen	<a href="https://www.berg-aktiv.at/files/pdf/Berg_Aktiv_2020.pdf">https://www.berg-aktiv.at/files/pdf/Berg_Aktiv_2020.pdf</a>

3.2.6	herzhaus Herzwandertag	geführte Wanderung	Berlin	1x jährlich bietet das herzhaus einen Herzwandertag an. Es werden drei Wanderungen je nach persönlichem Leistungsniveau angeboten - danach gibt es die Möglichkeit zum Austausch, Gesundheitschecks, Verpflegung und man erhält eine Teilnehmerurkunde	<a href="https://herzhausberlin.de/images/download/2020/2020-05-16-herzhaus-wanderfreude.pdf">https://herzhausberlin.de/images/download/2020/2020-05-16-herzhaus-wanderfreude.pdf</a>
3.2.7	Herz-Kreislauf Testwanderung Berchtesgaden	geführte Wanderung	Berchtesgaden, Bayern, Deutschland	Option: geführte Wanderung (Blutdruckmessung zu Beginn) <ul style="list-style-type: none"> <li>• individuell: Weg Herz Kreislauf Testwanderung ausgeschildert: Alle 100 Höhenmeter informiert ein Schild den Wanderer über die zurückgelegte und die noch vor ihm liegende Strecke</li> <li>• mit Pulsuhr ausgestattet kann man so seine Herzfrequenz kontrollieren</li> </ul>	<a href="https://www.nationalpark-berchtesgaden.bayern.de/nationalpark/wandern/wanderprogramm/sommer/doc/wanderprogramm_2018.pdf">https://www.nationalpark-berchtesgaden.bayern.de/nationalpark/wandern/wanderprogramm/sommer/doc/wanderprogramm_2018.pdf</a>
3.2.8	Geführte Wanderungen in ausgewählten Hotels	geführte Wanderung	divers, z.B. Tirol	Es gibt einige Angebote von Hotels, die den Verleih von Wanderausrüstung, darunter auch Pulsuhren, beinhalten. Die ausgebildeten Wanderführer:innen, die für die Hotels tätig sind, führen unter anderem geführte Wanderungen durch, bei denen die Teilnehmer:innen durch die Nutzung einer Pulsuhr ihre Herzfrequenz im Blick haben können.	<a href="https://www.achentalerhof.at/de/upk/das-tiroler-wanderhotel/ganzjaehrig-gefuehrte-wanderungen.html">https://www.achentalerhof.at/de/upk/das-tiroler-wanderhotel/ganzjaehrig-gefuehrte-wanderungen.html</a> ; <a href="https://www.posthotel-kassl.at/sommerurlaub-oetztal/wandern">https://www.posthotel-kassl.at/sommerurlaub-oetztal/wandern</a>
3.3.1	Herzwanderwege Unterfranken	individuell begehbar	Deutschland	Kleinwallstadt hat ein umfassendes Netz an Themenwanderungen, zu denen	<a href="https://www.kleinwallstadt.de/vereine-freizeit-und-touris">https://www.kleinwallstadt.de/vereine-freizeit-und-touris</a>



				auch die Herzwanderwege als touristisches Angebot gehören. Es handelt sich hierbei um beschilderte, individuell begehbbare Wanderwege, die sich in erster Linie in Länge und Wegbeschaffenheit unterscheiden.	<a href="https://www.zellamsee-kaprun.com/de/aktivitaeten/som">mus/wandern/herzwanderwege</a>
3.3.2	Herzwanderung "Gehen hält fit"	individuell begehbar	Deutschland	Dieser individuell begehbbare Wanderweg orientiert sich an dem von der Irish Heart Foundation entwickelten Konzept "Slí na Sláinte" (vgl. Kapitel 3.3.3) und liegt im Naherholungsgebiet Hardtberg im Taunus, Deutschland. Es handelt sich hierbei um einen 3,3 km langen Weg, bei dem die Wander:innen ca. 300 Höhenmeter zurücklegen.	<a href="https://taunus.info/angebote/sport-und-outdoor/walking/herzwanderweg-gehen-haelt-fit/r-63">https://taunus.info/angebote/sport-und-outdoor/walking/herzwanderweg-gehen-haelt-fit/r-63</a>
3.3.3	Slí na Slainte	individuell begehbar + geführte Wanderungen	Irland	Bei Slí na Sláinte (übersetzt "Pfad der Gesundheit") handelt es sich um eine von der irischen Herzstiftung entwickelte Initiative. Das übergreifende Ziel ist es, Personen in ganz Irland zu regelmäßiger, gemäßigter Bewegung im Freien zu motivieren. Es gibt bereits über 400 Wege in verschiedenen Städten, Gemeinden und auch in Unternehmen und Schulen oder Kindergärten, um das Bewegungskonzept einer möglichst großen Zielgruppe nahe zu bringen.	<a href="https://irishheart.ie/your-health/our-health-programmes/healthy-communities/slaint">https://irishheart.ie/your-health/our-health-programmes/healthy-communities/slaint</a>
3.3.4	Panoramatrail Hohe Tauern	individuell begehbar	Österreich	Die Wanderer und Wanderinnen können auf der Strecke an vier Stationen einen	<a href="https://www.zellamsee-kaprun.com/de/aktivitaeten/som">https://www.zellamsee-kaprun.com/de/aktivitaeten/som</a>

				Trail-Fitness-Test (Rockport-Test) absolvieren, um ihre Fitnessleistung nach Absolvierung einer oder mehrerer Etappen zu vergleichen.	<a href="#">mer/wandern/panorama-trai!</a>
3.3.5	Parcour du coeur	individuell begehbar + Veranstaltungen	Frankreich	<p>“Parcours du coeur” ist eine vom französischen Verband der Kardiologie initiierte, jährliche Veranstaltung, welche sich zum Ziel setzt, die französische Bevölkerung zu gemeinsamer körperlicher Aktivität zu motivieren und in diesem Rahmen auf Herz-Kreislaufkrankungen aufmerksam zu machen. Jede:r Interessierte kann einen solchen “Herz-Parcours”-Tag veranstalten und verschiedene sportliche Aktivitäten in den Settings Stadt, Schule oder Arbeitsplatz anbieten</p>	<a href="https://www.fedecardio.org/organiser-un-parcours-du-coeur-cest-facile">https://www.fedecardio.org/organiser-un-parcours-du-coeur-cest-facile</a>

### 3. Best Practice im Detail

Die identifizierten Best Practice Beispiele im Bereich Bewegung und Herzgesundheit werden im Folgenden anhand ihrer Charakteristika in drei Gruppen eingeteilt (Pauschalreisen, geführte Wanderungen und individuelle Wander-/Themenwege) und kurz vorgestellt.

#### 3.1 Pauschalreisen

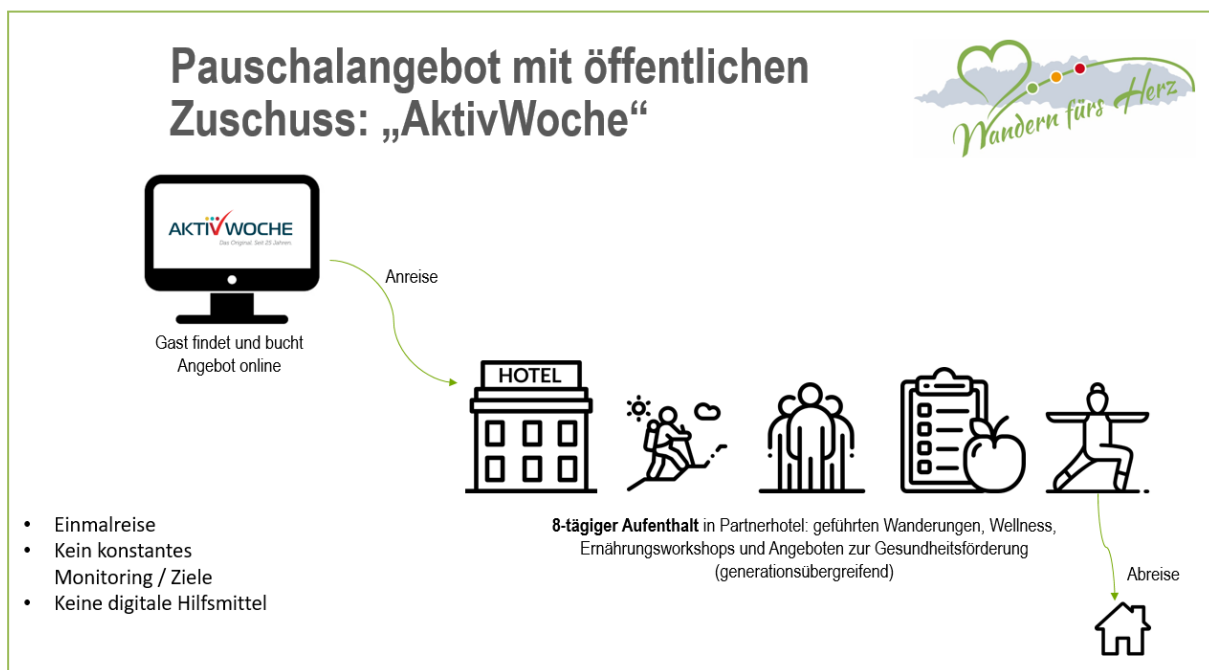


Abb. 6: Pauschalangebote, Präsentationsfolie Stakeholder-Workshop 2. März 2021

Bei Pauschalreisen mit Gesundheitsangeboten und geführten Wanderungen handelt es sich um mehrtägige Angebote in einer Region. Der Aufenthalt im Hotel wird durch geführte Wanderungen ergänzt, die entweder nach Leistungsgruppen und/oder unterstützt durch die Verwendung von Pulsuhren, zur individuellen Überwachung der Herzfrequenz, durchgeführt werden. Neben dem sportlichen Angebot haben die Gäste die Möglichkeit, Seminar und Workshops zu Themen wie Gesundheit oder Ernährung in Anspruch zu nehmen, um das eine ganzheitliche Stärkung des Gesundheitsbewusstseins zu unterstützen. Teilweise bieten die Best Practice Beispiele auch ärztliche Betreuung an (z.B. Kardioforum Bayern). Es handelt sich hierbei um einmalige Reiseangebote, welche meist kein konstantes Monitoring der Nutzer:innen oder Ziele nach dem Aufenthalt definieren. Zudem ist der Einbindung von digitalen Hilfsmitteln, bis auf die Nutzung von Pulsuhren, eher gering.

##### 3.1.1 Aktivwoche

- Veranstalter: Gesundheitsservice Management GSM GmbH, bezuschusst von zahlreichen Krankenkassen
- Art des Angebots: Pauschalangebot
- Ort: diverse Orte in Deutschland und Österreich
- Link(s): <https://www.aktivwoche.info/die-aktivwoche>, z.B. Angebot in Wipptal: <https://www.wipptal.at/de/wipptal-erleben/gesundheitswandern>
- Einbindung von Technologien: nein

### Kurzbeschreibung

Der Präventionsurlaub-Anbieter Gesundheitsservice Management GSM GmbH bietet zahlreiche ganzjährig buchbare Angebote mit verschiedenen Schwerpunkten an. So gibt es beispielsweise Gesundheitsurlaube für verschiedene Zielgruppen (generationsübergreifend, Familien, Best Ager, Fortgeschrittene) und mit verschiedenen Schwerpunkten (z.B. Work-Life-Balance, Ausdauer, Bootcamp, Faszientraining, Gesundheitswandern). Das Angebot umfasst somit mehr als 100 verschiedene Gesundheitsprogramme zu Ernährung, Entspannung und Bewegung in über 50 ausgewählten (Kur)Orten. Besonders relevant für Connect2Move ist das Angebot "Gesundheitswandern.Spezial", welches tägliche Gesundheitswanderungen während des 7-tägigen Aufenthalts umfasst. Die Kooperation mit diversen privaten und öffentlichen Krankenkassen ermöglicht einen Zuschuss von bis zu € 160,-. Zudem sind die Aktivwochen-Angebote von der Zentralen Prüfstelle Prävention zertifiziert und mit dem Prüfsiegel "Deutscher Standard Prävention" versehen. Eine in diesem Rahmen durchgeführte Effektmessung gibt ebenfalls Einblicke in die Wirksamkeit der Präventionsangebote.

### Anbieter und Zielgruppe

Das Unternehmen Gesundheitsservice Management GSM GmbH ist seit über 20 Jahren als Gesellschaft für Gesundheitsmanagement in Deutschland tätig. Unter dem Motto "Hilfe zur Selbsthilfe" stellt das Unternehmen in Kooperation mit Krankenkassen und einer Vielzahl an weiteren Partnern die Förderung und Aktivierung der Gesundheit der Teilnehmer:innen in den Mittelpunkt. Durch die Zusammenarbeit mit Expert:innen und ausgewählten (Kur)Orten und Hotel kann der Gesundheitsservice mehr als 100 Angebote in über 50 Orten für verschiedene Zielgruppen anbieten. Je nach Schwerpunkt richten sich die Gesundheitsurlaube an Familien, (Wieder-)einsteiger und auch Personen, die bereits sportlich aktiv sind. Das relevante Angebot "Gesundheitswandern.Spezial" richtet sich an Personen, die besonderes Interesse an Bewegung in der Natur haben, ihr Gesundheitsbewusstsein stärken und im Alltag ausgeglichener werden möchten.

### Leistung und Geschäftsmodell

Das 7-tägige, ganzjährig buchbare und abwechslungsreiche Programm wird von zertifizierten und erfahrenen Kursleiter:innen durchgeführt. Gesundheitswanderführer:innen, Ernährungs- und Trainingsexpert:innen vermitteln den Teilnehmer:innen Informationen um selbst aktiv und eigenverantwortlich ihre Gesundheit zu fördern und dieses Wissen auch nachhaltig in ihrem Leben zu integrieren. Im österreichischen Wipptal steht beispielsweise das achtsame und auf das eigene Leistungsniveau abgestimmte Wandererlebnis im Mittelpunkt. Bei den täglichen Gesundheitswanderungen in Gruppen bis maximal 15 Personen, durchgeführt von zertifizierten Gesundheitswanderführer:innen, lernen die Teilnehmer:innen ihr individuelles Leistungsempfinden kennen. Zudem vermitteln die Kursleiter:innen wertvolles Wissen über die richtige und gelenkschonende Gehtechnik, geben Einblicke in Dehn- und Kräftigungsübungen und informieren über die Wirkung von Ausdauertraining auf die körperliche und mentale Gesundheit. Das umfassende Bewegungskonzept wird durch Entspannungstraining und Ernährungsworkshops (z.B. "Gesundes Essen unkompliziert und schmackhaft zubereiten") abgerundet. Bei einem Aufenthalt mit Halbpension werden die regionalen Gerichte nach den 10 Regeln der Deutschen Gesellschaft für

Ernährung - zusammengestellt von erfahrenen Ernährungsberater:innen - zubereitet (<https://www.dge.de/ernaehrungspraxis/vollwertige-ernaehrung/10-regeln-der-dge>).

Die Teilnehmer:innen übernehmen die Kosten dieses Pauschalangebots, können aber einen Zuschuss von bis zu € 160,- von ihrer Krankenkasse beantragen. Das günstige Angebot ist bereits ab € 250,- verfügbar (ohne Verpflegung). Die Kosten für den Aufenthalt mit Frühstück oder Halbpension in diversen Hotels und Pensionen starten bei € 399,- pro Person. Die Inklusivleistungen umfassen die Übernachtung, das vielseitige Gesundheitsangebot mit geführten Wanderungen, verschiedenen Trainingsangeboten (z.B. Progressive Muskelrelaxation, Autogenes Training, Achtsamkeitsübungen, Ernährungsworkshops) und die Nutzung der vorhandenen Wellnessbereiche und -angebote.

### Lessons Learned und Bedeutung für Connect2Move

Bei der jährlichen Effektmessung der Gesundheitsprogramme wird die Wirkung und der Erfolg der Aktivwoche untersucht (vgl. Aktivwoche 2020). Im Jahr 2020 nahmen 2778 Personen an der Befragung teil, welche für die Evaluation der Aktivwoche durchgeführt wurde. Erfolg und Wirkung der Maßnahmen wurden 6 Monate nach Kursende unter den Teilnehmenden erfragt. Die Ergebnisse zeigen, dass die Personen nach Teilnahme an einem Kursangebot die Selbstbeeinflussung des Gesundheitszustandes als sehr hoch einschätzten (66,04 % gaben an, sehr viel für die eigene Gesundheit tun zu können). Die vermittelten Programminhalte sind zudem gut (65,98 %) bis sehr gut (24,72 %) im Alltag und Beruf der Teilnehmer:innen umsetzbar. Zudem geben 65,06 % der Teilnehmer:innen an, dass sie 6 Monate nach Kursende noch immer mehr auf ihre Gesundheit achten und sich auch mehr bewegen als vor dem Kurs (51,51 %). Ein Ziel der Aktivwoche ist es auch, dass durch die Teilnahme an Aktivwochen-Angeboten das Interesse an weiterführenden Maßnahmen von regionalen Gesundheitsanbietern geweckt wird. Auch hier geben 65,37 % der Befragten an, dass dies der Fall ist und sie weitere Angebote (von der Aktivwoche oder regionalen Anbietern) in Anspruch nehmen möchten. Zusammenfassend stellt die Evaluation fest, dass das Prinzip der Nachhaltigkeit der Maßnahmen und die positive Wirkung auf die Gesundheit und das persönliche Wohlbefinden voll erfüllt werden (vgl. ebd.).

Die positive Wirkung von an die persönliche Leistung angepasster Bewegung in der Natur steht auch bei Connect2Move im Mittelpunkt. Die Stärkung des Bewusstseins der individuellen Belastungsintensität soll zu achtsamer und gesunder Bewegung beitragen und somit Verletzungen und Überlastung vermeiden. Die persönliche Betreuung durch zertifizierte Wanderführer:innen ist in Connect2Move ebenfalls ein zentraler Aspekt, welcher den Teilnehmer:innen die Förderung der eigenen Gesundheit vermitteln soll. Bei der Aktivwoche gibt es Angebote für verschiedene Zielgruppen, was auch für die Weiterentwicklung des Connect2Move-Angebots angedacht ist. Bei der Aktivwoche werden keine digitalen Hilfsmittel verwendet, was wiederum das Alleinstellungsmerkmal von Connect2Move hervorhebt.

### 3.1.2 Akon Gesundheitswandern

- Veranstalter: AKON Aktivkonzept, Kooperation mit Krankenkassen
- Art des Angebots: Pauschalangebot
- Ort: diverse Angebote in Deutschland, Italien und Österreich
- Link(s): <https://www.akon.de/gesundheitswandern.html>

- Einbindung von Technologien: nein

### **Kurzbeschreibung**

Als deutscher Präventionsveranstalter bietet das AKON Aktivkonzept verschiedene gesundheitsfördernde Reisen und Veranstaltungen in Kooperation mit zahlreichen privaten und gesetzlichen Krankenkassen an. Neben mehrtägigen Kurangeboten für verschiedene Zielgruppen (z.B. Alleinreisende, 50+, Frauen, Familien) und unterschiedlichen Schwerpunkten (z.B. Gesundheitswandern, Biken, Faszientraining, Yoga, Heilfasten) werden auch einzelne Termine, wie Nordic Walking oder Online-Yogakurse angeboten. Das für diese Ausarbeitung relevante Angebot "Fit mit jedem Schritt - AKON Gesundheitswandern" stellt hier ein Angebot dar, welches gesundheitsorientiertes Bewegungstraining um die Faktoren Geselligkeit und Naturerlebnis verbindet. Während dem 3-6-tägigen Aufenthalt in verschiedenen Regionen in Deutschland, Italien und Österreich wird den Teilnehmer:innen ein abwechslungsreiches Bewegungskonzept vermittelt, in dem der sanfte (Wieder)einstieg in Bewegung mit Informationen zur richtigen Ausrüstung und Verhalten beim Gesundheitswandern im Vordergrund steht. Auch das AKON Aktivkonzept ist mit dem Prüfsiegel "Deutscher Standard Prävention" versehen und die Teilnehmer:innen können einen Zuschuss von bis zu € 150,- von ihrer Krankenkasse beantragen

### **Anbieter und Zielgruppe**

Das AKON Aktivkonzept arbeitet mit privaten und gesetzlichen Krankenkassen sowie mit mittelständischen Unternehmen zusammen, um gesundheitsfördernde Reisen und Veranstaltungen durchzuführen. Mit dem Leitgedanken "Gesundheit zu fairen Preisen" bietet AKON qualitätsgesicherte und zertifizierte Präventionsprogramme in den Bereichen Entspannung, Bewegung und Ernährung an. Die Reiseangebote richten sich an unterschiedliche Zielgruppen, z.B. Alleinreisende, Frauen, Familien oder auch "Best Ager" (50+). Das hier relevante Gesundheitswandern-Angebot ist für alle Personen offen, die (wieder) in regelmäßige Bewegungsaktivitäten einsteigen und mehr über die richtige und gesundheitsfördernde Bewegung in der Natur erfahren möchten.

### **Leistung und Geschäftsmodell**

Das AKON Gesundheitswandern stellt ein erlebnisorientiertes und abwechslungsreiches Bewegungskonzept in den Mittelpunkt, welches durch das Erlebnis in der Natur und den Austausch unter den Teilnehmer:innen geprägt ist. Das gesundheitsorientierte Bewegungstraining vermittelt nicht nur Informationen über das korrekte Verhalten in der Natur oder die richtige Ausrüstung, sondern gibt den Teilnehmer:innen auch einen Einblick wie durch Wanderungen Kraft, Ausdauer und Beweglichkeit gefördert werden können. Die eigene Körperwahrnehmung und Entspannung stellen weitere Aspekte dar, welche beim AKON Gesundheitswandern im Fokus stehen. Die geführten Wanderungen werden durch weitere Schwerpunkte, beispielsweise Autogenes Training, Progressive Muskelspannung oder Achtsamkeitsübungen ergänzt.

Die 3- bis 6-tägigen Aufenthalte können ab € 249,- gebucht werden, wobei hier wie erwähnt €150,- von der Krankenkasse bezuschusst werden können. Die Pauschalreise beinhaltet Übernachtung und Verpflegung (größtenteils Halbpension) und die Nutzung von verfügbaren Wellnesseinrichtungen oder ähnlichen Angeboten in den Unterkünften.

### Lessons learned und Bedeutung für Connect2Move

Zertifiziert durch die Prüfstelle "Zentrale Prüfstelle Prävention" werden die Angebote von qualifizierten Kursleiter:innen durchgeführt (Voraussetzungen z.B. ausgebildete Psycholog:innen, Ernährungsberater:innen, Gesundheitswanderführer:innen) und fortlaufend evaluiert. Das Institut für Prävention der Universität Duisburg-Essen führt in diesem Rahmen eine mehrjährige Studie zur Wirksamkeit und Nachhaltigkeit der AKON Kursprogramme durch.

Es handelt sich hierbei um ein günstiges Angebot, besonders durch die Möglichkeit, dass der Aufenthalt von Krankenkassen bezuschusst werden kann. Zusätzlich ist hervorzuheben, dass durch die Betreuung von zertifizierten Gesundheitswanderführer:innen eine qualitativ hochwertige Durchführung des Angebots gewährleistet ist. Ebenso zeigen die Ergebnisse, dass bereits ein kurzer Wanderurlaub positive Auswirkungen auf die Gesundheit hat.

#### 3.1.3 Herzwoche auf Kreta

- Veranstalter: Kardioforum Bayern, Zusammenarbeit von Klinik St. Irmingard, Universitätsklinik in Heraklion und der Deutschen Herzstiftung
- Art des Angebots: Pauschalreise
- Ort: Kreta
- Link(s):  
<http://www.kardioforumbayern.de/index.php/programme-veranstaltungen/programm-kardioforum/kreta-herzwochen>
- Einbindung von Technologien: nein

#### Kurzbeschreibung

Bei diesem Angebot handelt es sich um ein 12-tägiges Seminar auf Kreta mit medizinischen Vorträgen, Kochkursen, Nordic-Walking und Entspannungsübungen mit ärztlicher Betreuung. Ein Team aus Kardiolog:innen, Therapeut:innen, Sportlehrer:innen und Köch:innen betreut die Teilnehmer:innen vor Ort. Das Programm baut auf aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnissen und den Leitlinien der Deutschen und Europäischen Gesellschaft für Kardiologie auf und vermittelt den Teilnehmer:innen das relevante Wissen, um auch im Alltag aktiver und gesünder zu werden und ihr Herz zu schützen.

#### Anbieter und Zielgruppe

Seit 2013 wird die Pauschalreise vom Kardioforum Bayern angeboten und mit Hilfe eines Teams von Ärztinnen und Ärzten, Psycholog:innen, Köch:innen und Sportlehrer:innen durchgeführt. Unterstützt wird das Angebot zusätzlich durch das Goethe-Institut und der Medizinischen Universität in Heraklion. Neben Personen, die sich für einen gesunden Lebensstil interessieren richten sich diese Seminarwochen auch speziell an Herzpatient:innen, die nach einer Herzerkrankung Informationen zu einer gesunden Lebensweise erhalten möchten.

#### Leistung und Geschäftsmodell

Das Angebot, welches sich an sowohl an Personen ohne als auch mit Herzerkrankung richtet, wird von einem qualifizierten Team durchgeführt und betreut. Die im Seminar vermittelten Informationen umfassen aktuelle, wissenschaftlich fundierte Erkenntnisse zu Blutdruck, Cholesterin und

Medikamenten in Bezug auf Herzerkrankungen, aber auch Wissen darüber, wie das Herz geschützt und Erkrankungen vorgebeugt werden können. Der Austausch von Erfahrungen und Wissen zwischen den Teilnehmer:innen und den Expert:innen soll zur weiteren Stärkung des Gesundheitsbewusstseins. Das Bewegungskonzept der Maßnahme umfasst Walking und Gymnastikeinheiten am Meer, sowie geführte Wanderungen auf der Insel und im Gebirge, je nach Kondition der Teilnehmer:innen. Diese Bewegungseinheiten werden durch Einblicke in Entspannungsübungen und Maßnahmen zum Stressmanagement ergänzt. Einen weiteren Baustein des Angebots stellt das umfassende, mediterrane Ernährungskonzept dar, welches den Teilnehmer:innen durch ausgezeichnete Köche vermittelt wird.

Für das 12-tägige Seminar in einer Hotelanlage auf Kreta betragen die Kosten für das Seminar und die Kochkurse laut Anbieter € 570,-. Dies umfasst die (ärztliche) Betreuung durch das Team, Unterkunft mit Verköstigung und alle Aktivitäten während des Aufenthalts. Zusätzlich müssen die Teilnehmer:innen die Reise- und Hotelkosten (inkl. Halbpension) übernehmen, die sich auf bis zu € 1200,- belaufen (Information laut Kursangebot 2022). Für die Durchführung des Angebots geben die Anbieter eine Mindestteilnehmerzahl von 37 Personen an.

### Lessons learned und Bedeutung für Connect2Move

Besonders der Aufbau des Seminars auf Grundlage aktueller wissenschaftlicher Erkenntnisse ist ein Aspekt, welcher auch in Connect2Move besonders hervorzuheben ist. Die interessierten Personen lernen ihre Gesundheit und Maßnahmen zur Vermeidung von Erkrankungen kennen, die auf wissenschaftlichen Erkenntnissen fundieren.

### 3.1.4 Kardiotrekking: Vom Chiemsee zum Königssee

- Veranstalter: Kardioforum Bayern
- Art des Angebots: Pauschalreise
- Ort: Bayern
- Link(s):  
<http://www.kardioforumbayern.de/index.php/programme-veranstaltungen/programm-kardioforum/kardiotrekking>
- Einbindung von Technologien: ja, bei Bedarf Tele-EKG-Überwachung

### Kurzbeschreibung

Ein weiteres Angebot des Kardioforum Bayern eine 8-tägige geführte Wanderreise in drei Belastungsgruppen, welche unter ärztlicher Begleitung und bei Bedarf mit telemedizinischer EKG-Überwachung durchgeführt werden. Seit 2019 wird das Kardiotrekking vom Chiemsee zum Königssee angeboten, wobei 2019 erstmals eine Wanderung über das Tauerngebirge nach Bruneck durchgeführt wurde. Aufbauend auf dieser Route findet 2022 erstmals die mehrtägige Wanderung von Bruneck durch die Dolomiten nach Bozen und zum Kalterer See statt.

### Anbieter und Zielgruppe

Bereits seit 1991 werden verschiedene Veranstaltungen rund um das Thema Herzgesundheit im Rahmen des Kardioforums durchgeführt. Offiziell als Initiative eingetragen wurde das "München-Chiemseer Kardioforum Initiativkreis e.V." 2011. Seither entstehen laufend neue Angebote



für Personen, die unter diversen Herzerkrankungen leiden, aber auch Präventionsangebote für Interessierte, die sich mit ihrer Herzgesundheit und gesundheitsfördernden Maßnahmen auseinandersetzen wollen. Das Kardiotrekking (wie auch die Herzwoche auf Kreta) werden unter der Leitung eines qualifizierten Teams, bestehend aus Kardiolog:innen, Sport- und Ernährungexpert:innen und auch Physiotherapeut:innen durchgeführt. Voraussetzung für die Teilnahme am mehrtägigen Kardiotrekking für Personen mit bestehender Herzerkrankungen oder nach Operationen ist ein Gespräch mit der Hausärztin bzw. dem Hausarzt, dass für die Reise keine gesundheitlichen Bedenken bestehen und ein aktuelles Belastungs-EKG.

### Leistung und Geschäftsmodell

Dieses Pauschalangebot verbindet moderate Bewegung (je nach Belastungsniveau der Teilnehmer:innen) mit dem kulturellen Erlebnis auf der Wegstrecke, ergänzt durch den Austausch zu aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnissen rund um die Herzgesundheit. Gewandert wird in Etappen: Ab dem Start in Bruneck beträgt die tägliche Gehzeit rund drei Stunden, in denen die Teilnehmer:innen zwischen 300 und 800 Höhenmeter zurücklegen. Für die Abstiege kann häufig eine Seilbahn benutzt werden und sollten die Teilnehmer:innen auf der Strecke an ihre Grenzen stoßen, gibt es die Möglichkeit, einen Teil mit dem Begleitfahrzeug (welches auch das Gepäck zu den Hotels und Pensionen auf der Strecke bringt) zurückzulegen. Der Fokus liegt bei diesem Angebot darauf, die Teilnehmer:innen an die für sie optimale körperliche Aktivität heranzuführen, stets unter ärztlicher Beobachtung und bei Bedarf auch mit Tele-EKG-Überwachung. Übernachtet wird in Unterkünften auf der Strecke.

In der Seminargebühr (€ 510,- pro Person) ist die Tourenbegleitung durch das professionelle Team, Seminare mit Vorträgen, Beratung und Gepäcktransfer inkludiert. Die Übernachtungs- und Verpflegungskosten müssen von den Teilnehmer:innen noch zusätzlich bezahlt werden und belaufen sich je nach Unterkunfts-kategorie auf € 65 - € 110,- pro Tag/Person.

### Lessons learned und Bedeutung für Connect2Move

Ebenso wie in Connect2Move, kann auch hier die wissenschaftliche Fundierung und der Fokus auf das individuelle Belastungsniveau der Teilnehmer:innen hervorgehoben werden. Die Teilnehmer:innen werden von Expert:innen ärztlich betreut.

### 3.1.5 Bildungsurlaub “So schützen Sie Ihr Herz vor den Gefahren durch Stress”

- Veranstalter: Evangelische Landjugendakademie Altenkirchen
- Art des Angebots: Pauschalreise
- Ort: Deutschland
- Link(s): <https://www.lja.de/programm/bildungsurlaub>,  
[https://www.lja.de/wp-content/uploads/Wandern\\_f\\_\\_r\\_die\\_Herzgesundheit\\_2022.pdf](https://www.lja.de/wp-content/uploads/Wandern_f__r_die_Herzgesundheit_2022.pdf)
- Einbindung von Technologien: nein

### Kurzbeschreibung

Die in der nördlichen Rheinland-Pfalz gelegene Evangelische Landjugendakademie Altenkirchen bietet zahlreiche Seminare zur persönlichen Weiterentwicklung an, darunter auch den Bildungsurlaub “So schützen Sie Ihr Herz vor den Gefahren durch Stress”. Der Fokus bei diesem 4-tägigen Angebot liegt

darauf, den Teilnehmer:innen die positive Wirkung von gesunder Ernährung, Achtsamkeit und Bewegung auf die allgemeine Gesundheit zu vermitteln und aufzuzeigen, wie durch die Verminderung von Stress und regelmäßige Bewegung die Herzgesundheit gestärkt werden kann.

### Anbieter und Zielgruppe

Als Einrichtung der evangelischen Kirche bietet die Evangelische Landjugendakademie Altenkirchen verschiedene Schulungen und Seminare an. Thematisch sind diese breit gefächert und umfassen beispielsweise kulturelle und politische Bildung, pädagogische Arbeit mit Kindern und Jugendlichen, Natur und Umwelt und Gesundheitsbildung. Die Bildungsurlaube, zu welchen auch das hier diskutierte Angebot gehört, sind nach dem Bildungsfreistellungsgesetz anerkannt und beschäftigen sich mit der berufsbildenden, allgemeinen oder politischen Weiterbildung der Teilnehmer:innen. Das Angebot ist offen für alle interessierten Personen, die sich mit ihrer Herzgesundheit und gesundheitsfördernden Maßnahmen, wie Wandern in der Natur, auseinandersetzen und weiterbilden möchten.

### Leistung und Geschäftsmodell

Das Ziel des Bildungsurlaubes besteht darin, den Teilnehmer:innen gesundheitsfördernde Maßnahmen mit Fokus auf Herzgesundheit zu vermitteln. Da Stress, verursacht durch geringe Mobilität, lange und stressige Arbeitszeiten und einseitige Ernährung besonders als Risikofaktoren für Herzerkrankungen gelten, werden hier Maßnahmen zur Gesundheitsförderung und Stärkung des Gesundheitsbewusstseins an die Teilnehmer:innen vermittelt. Das Seminar umfasst unter anderem Fachvorträge, die Informationen zum Herz-Kreislauf-System, Herzkrankheiten und gesunder Ernährung vermitteln. Achtsamkeits und Entspannungsübungen sind ebenfalls Teil des Programms, wobei der Austausch in der Gruppe zu Erfahrungen und Umsetzung der Maßnahmen im beruflichen und privaten Alltag im Mittelpunkt stehen. Besonders hervorzuheben sind die täglichen Gesundheitswanderungen des Angebots, bei welchen die Teilnehmer:innen die positive Wirkung der regelmäßigen, gemäßigten Bewegung auf die Herzgesundheit kennenlernen und sich so ganz individuell an ihr Belastungsniveau herantasten können.

Der Bildungsurlaub findet im Seminargebäude der Evangelischen Landjugendakademie in Altenkirchen statt. Der Preis von € 675,- inkludiert die Betreuung durch die Expert:innen vor Ort, sowie Übernachtung und Verpflegung. Der Aufenthalt kann in Rheinland-Pfalz, Nordrhein-Westfalen und Baden Württemberg als Bildungsurlaub beim Arbeitgebenden beantragt werden.

### Lessons learned und Bedeutung für Connect2Move

Besonders die Kombination aus geführter Bewegung und Informationen zu gesundheitsfördernden Maßnahmen bei diesem Angebot hervorzuheben.

### 3.1.6 Puls wecken im Ötztal

- Veranstalter: STEWA Touristik GmbH, angeboten auf dem Reiseportal [www.buswelt.de](http://www.buswelt.de)
- Art des Angebots: Pauschalreise
- Ort: Ötztal in Tirol (Alpengasthof Burkert)
- Link(s):

<https://www.buswelt.de/puls-wecken-im-tztal-herrliche-wanderwege-entdecken-79309.html>

- Einbindung von Technologien: ja

### **Kurzbeschreibung**

Das Pauschalreiseangebot von STEWA Touristik umfasst einen 9-tägigen Wanderurlaub in den Öztaler Alpen mit geführten Wanderungen, bei denen die Teilnehmer:innen Pulsuhren zur Verfügung gestellt bekommen, um ihren Puls und ihre Leistung während des Aufenthalts und den Wanderungen kennenzulernen.

### **Anbieter und Zielgruppe**

Angeboten wird diese Pauschalreise vom Reiseveranstalter STEWA Touristik, in Kooperation mit dem Hotel Gasthof Burkert in Ochsengarten im Ötztal. Voraussetzung für diese Reise ist eine gute körperliche Konstitution der Teilnehmer:innen, welche vorab einen Gesundheitserfassungsbogen ausfüllen sollten, damit die Wanderungen von den Wanderführer:innen entsprechend der Kondition der Gruppe geplant werden können. Die Teilnehmer:innen werden zudem darauf hingewiesen, dass eine entsprechende Wanderausrüstung mitgenommen werden sollte.

### **Leistung und Geschäftsmodell**

Die Hin- und Rückreise ins Ötztal (Abreiseorte variieren je nach Angebot) wird von STEWA Touristik in einem 4-Sterne-Bistro-Bus durchgeführt. Im Hotel wird das Programm für den Aufenthalt vom Hotel-Team und örtlichen Wanderführer vorgestellt. Am ersten Tag der Reise erfolgt die Ausgabe und Einweisung in die Pulsuhren, die allen Teilnehmer:innen über den gesamten Aufenthalt zur Verfügung stehen. Während des Aufenthalts werden vom örtlichen, zertifizierten Berg- und Wanderführer drei geführte Wanderungen angeboten, bei dem die Teilnehmer:innen durch die Nutzung der Pulsuhr mehr über ihre persönliche Belastungsniveaus lernen können. Im Austausch mit der Gruppe können so Erfahrungen und wichtige Informationen zum richtigen, achtsamen Wandern ausgetauscht werden. Vorschläge für weitere, individuelle Wanderungen erhalten die Gäste ebenfalls vom Wanderführer, der hier durch die persönliche Betreuung auch personalisierte Empfehlungen geben kann.

Bei diesem Angebot handelt es sich um eine Pauschalreise, die die Hin- und Rückreise, den Aufenthalt mit Halbpension und Nutzung des Wellnessbereichs und das Wanderprogramm umfasst.

### **Lessons learned und Bedeutung für Connect2Move**

Besonders hervorzuheben ist an dieser Pauschalreise, dass die Teilnehmer:innen zu Beginn ihres Aufenthalts eine Pulsuhr zur Verfügung gestellt bekommen, um durch die Überwachung ihres Puls das Bewusstsein ihrer Belastungsgrenzen zu stärken. Neben einer Einweisung in die Nutzung der Pulsuhr zu Beginn der Reise, stehen zudem zertifizierte Wanderführer:innen zur Verfügung, die die Teilnehmer:innen während der Wanderung dazu betreuen. Der Einsatz von Pulsmessungsgeräten ist hier, wie auch in Connect2Move, ein wichtiger Aspekt, um den Teilnehmer:innen ihre persönliche Belastungsintensität zu vermitteln.

## 3.2 Geführte Wanderungen

Neben Pauschalreisen über einen längeren Zeitraum gibt es des Weiteren das Angebot von geführten Wanderungen, welche von Hotels, zertifizierten Wanderführer:innen, Kliniken, Initiativen und/oder (Herzgesundheits-)verbänden durchgeführt werden. Es handelt sich hierbei um ein mehrstündiges oder eintägiges Angebot (z.B. Aktionstage), bei dem die Nutzer:innen an geführte Wanderungen (teils nach Leistungsgruppen und/oder unter Verwendung von Pulsuhren) teilnehmen können. Die Teilnehmer:innen erhalten vorab und während der Wanderungen Informationen zum Thema Herzgesundheit und werden von geschulten Personen bei der Wanderung begleitet.

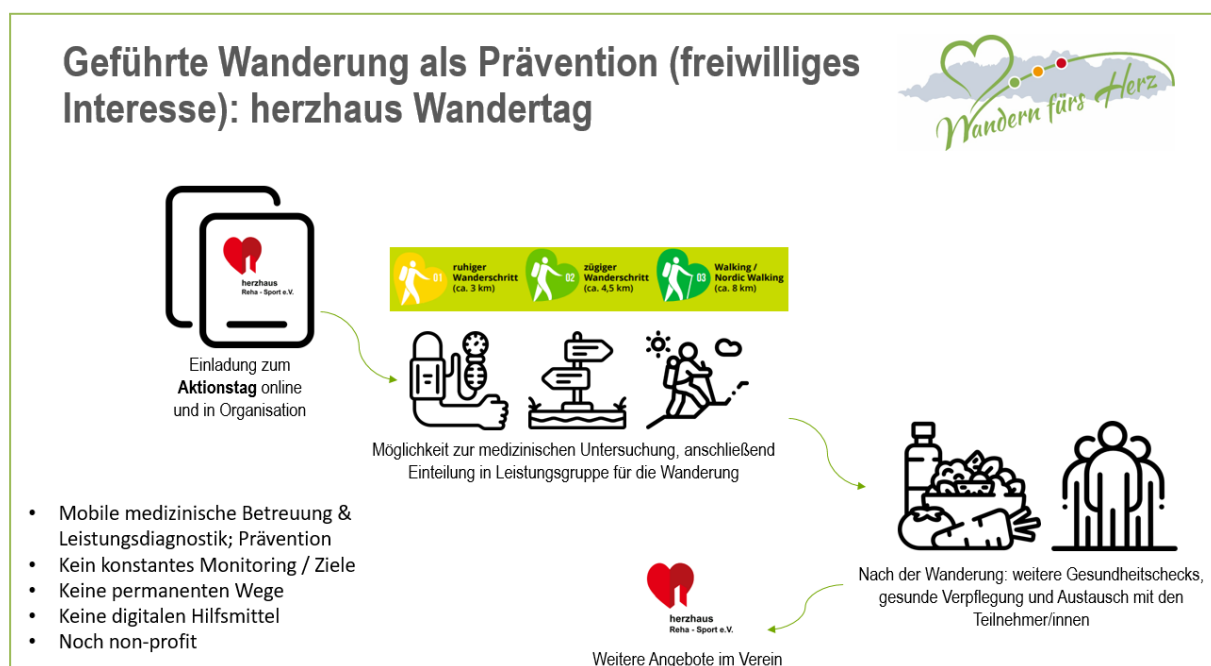


Abb. 7: Geführte Wanderungen als Prävention, Präsentationsfolie Stakeholder-Workshop 2. März 2021

### 3.2.1 Herzwandern: Wandern für ein gesundes Herz

- Veranstalter: Bildungswerk Bonner Verein
- Art des Angebots: Geführte Wanderung
- Ort: Bonn, Deutschland
- Link(s):  
<https://www.bw-bv.de/programm-post-type/herzwandern-wandern-fuer-ein-gesundes-herz>
- Einbindung von Technologien: nein

#### Kurzbeschreibung

Das Angebot "Wandern für ein gesundes Herz" wurde 2020 das letzte Mal in dieser Art durchgeführt. Die von einer Heileurythmistin durchgeführten Wanderungen im Bonner Umland setzen sich zum Ziel, durch achtsames Gehen etwas für Herz und Gesundheit zu tun und somit die Herz- und Lebenskraft zu stärken.

### Anbieter und Zielgruppe

Das Bildungswerk Bonner Verein bietet Kurse, Veranstaltungen und Exkursionen zu verschiedenen Themen (z.B. Gesundheit, Umwelt, Beruf & Kreativität) an. Die Angebote sind für alle interessierten Personen zugänglich.

### Leistung und Geschäftsmodell

Die Wanderungen werden von einer Heileurythmistin angeboten und durchgeführt. Durch die Bewegung in der Natur soll Stress abgebaut und das eigene Wohlbefinden gesteigert werden. Im Fokus steht das achtsame Gehen, begleitet von der Gelegenheit die Natur zu betrachten. Der Treffpunkt für die Wanderungen wird von der Wanderführerin im Vorhinein bekannt gegeben und es werden verschiedene Routen genutzt. Die Kosten für dieses Angebot betragen € 15,- pro Person.

### Lessons learned und Bedeutung für Connect2Move

Das Angebot wurde 2020 zuletzt durchgeführt, Gründe dafür werden nicht angegeben. Für Connect2Move von Bedeutung ist der Fokus auf das achtsame Gehen (entsprechend des individuellen Belastungslevels) und die Unterstützung durch eine ausgebildete Heileurythmistin.

### 3.2.2 Gesundheitswandern mit DWV

- Veranstalter: Deutscher Wanderverband (DWV)
- Art des Angebots: geführte Wanderung (1,5 - 2 Stunden)
- Ort: Deutschland
- Link(s):  
<https://www.wanderverband.de/wandern/gesundheitswandern/dwv-gesundheitswandern>
- Einbindung von Technologien: nein

### Kurzbeschreibung

Das Angebot des Gesundheitswanderns © ist Teil der Bewegungsinitiative "Let's Go - Jeder Schritt hält fit" des Deutschen Wanderverbandes. Zertifizierte DWV-Gesundheitswanderführer:innen führen in Kleingruppen Wanderungen (ca. 10 km) kombiniert mit einfachen Bewegungsübungen durch, welche die Teilnehmer:innen bei der Gewichtsabnahme, der Verbesserung der Balance und der Steigerung des allgemeinen Wohlbefindens unterstützen. Die Wirkung des Gesundheitswanderns auf das körperliche und psychische Wohlbefinden wurde in mehreren Studien bestätigt (siehe *Lessons Learned*).

### Anbieter und Zielgruppe

Angeboten werden die Wanderungen von zertifizierten Gesundheitswanderführer:innen, ausgebildet vom Deutschen Wanderverband. Die Ausbildung zum/zur zertifizierten Gesundheitswanderführer:in wurde vom Deutschen Wanderverband in Kooperation mit dem Fachbereich Physiotherapie der Hochschule Osnabrück entwickelt und von 2009 bis 2020 wurden über 1000 Personen zu zertifizierten Wanderführer:innen ausgebildet.

An den von den ausgebildeten Wanderführer:innen angebotenen Wanderungen können alle Personen teilnehmen, die sich (wieder) mehr bewegen und vorsichtig damit anfangen möchten. Das Angebot lässt sich an das persönliche Leistungsniveau und an verschiedene Zielgruppen anpassen,

wobei eine ärztliche Untersuchung vorab empfohlen wird. Dass eine reite Zielgruppe diese Angebote in Anspruch nimmt, zeigt eine Studie aus dem Jahr 2014, welche das Durchschnittsalter der Wander:innen mit 63 Jahren angibt, wobei der jüngste Teilnehmende 18 Jahre und der älteste Teilnehmende 84 Jahre alt sind.

### Leistung und Geschäftsmodell

Die Wanderung dauert ca. 1,5 bis 2 Stunden und beinhaltet kurze Wanderungen, kombiniert mit Bewegungs- und Entspannungsübungen und Informationen zu Maßnahmen für ein gesundheitsbewusstes Leben. Die Wanderungen werden von zertifizierten DWV-Gesundheitswanderführer:innen durchgeführt. Die Kombination aus Bewegung und der Information zu gesundheitsfördernden Maßnahmen, die im Alltag umgesetzt werden können, trägt zur Verbesserung des körperlichen und mentalen Wohlbefindens bei.

Das Konzept des DWV-Gesundheitswandern wurde gemeinsam mit dem Fachbereich Physiotherapie der Universität Osnabrück entwickelt. Da sich das Programm an den Anforderungen an Gesundheitssport orientiert und die positive Wirkung der Wanderungen in Studien nachgewiesen wurden, ist das Angebot von deutschen Krankenkassen als Präventionskurs anerkannt. Teilnehmer:innen bekommen aus diesem Grund einen Teil der Kursgebühren zurück, wenn das Angebot von zertifizierten DWV-Gesundheitswanderführer:innen durchgeführt wird. Die genaue Höhe der Kosten wird von den durchführenden Gesundheitswanderführer:innen selbst bestimmt.

### Lessons learned und Bedeutung für Connect2Move

Der deutsche Wanderverband hat für die Evaluierung des Angebots Studien in Auftrag gegeben. In den Jahren 2012 und 2014 wurde die Studie vom Institut für Leistungsdiagnostik und Gesundheitsförderung (ILUG) der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg unter der Leitung von Prof. Dr. Kuno Hottenrott durchgeführt. Für die Studie im Jahr 2019 war die SRH Hochschule für Gesundheit in Karlsruhe (Leitung Prof. Dr. Tobias Erhardt) in Kooperation mit der BKK Pfalz zuständig.

Besonders die Ausbildung der zertifizierten Wanderführer:innen ist hier in Hinblick auf Connect2Move erwähnenswert. Diese Weiterbildung stellt eine gute Möglichkeit dar, das DWV-Gesundheitswandern flächendeckend anbieten zu können, indem Gesundheitswanderführer:innen in den Regionen die Wanderungen anbieten, wie es auch mit den "Connect2Move Wanderbuddys" geplant ist.

### 3.2.3 Wandern mit dem Herzverband Steiermark

- Veranstalter: Österreichischer Herzverband, Landesverband Steiermark
- Art des Angebots: geführte Wanderungen (nach Leistungsgruppen, ab 2 Stunden)
- Ort: Steiermark, Graz-Umgebung
- Link(s): <https://www.herzverband-stmk.at/aktivitaeten/wandern>
- Einbindung von Technologien: nein

### Kurzbeschreibung

Der Landesverband Steiermark des Österreichischen Herzverbands bietet seinen Mitgliedern verschiedene Angebote an, welche auf die Stärkung des Herz-Kreislaufsystems und die Senkung von Herz-Risikofaktoren abzielen. Dies umfasst zum Einen rehabilitative Maßnahmen für Personen, die

bereits eine Herzerkrankung haben, zum Anderen werden Präventionsmaßnahmen angeboten, welche das Gesundheitsbewusstsein und einen gesünderen Lebensstil fördern sollen. Die angebotenen, geführten Wanderungen des Herzverbands richten sich demnach auch an unterschiedliche Leistungsniveaus, damit auf die individuellen Bedürfnisse der Teilnehmer:innen eingegangen werden kann.

### **Anbieter und Zielgruppe**

Der Herzverband Steiermark bietet seinen Mitgliedern und auch externen interessierten Personen die Wanderungen an. Durchgeführt werden die Wanderungen von den im Verband tätigen Personen, darunter Ärztinnen und Ärzte, Physiotherapeuten und medizinisches Personal mit Expertise im Bereich Herzgesundheit. Je nach Leistungsfähigkeit der Teilnehmer:innen werden Wanderungen mit unterschiedlicher Intensität angeboten.

### **Leistung und Geschäftsmodell**

Die Gruppen treffen sich meist am Vormittag an einem Treffpunkt in der Grazer Innenstadt, von dem aus sie mit der Wanderung starten. Im Fokus des Angebots steht die an die individuelle Leistungsfähigkeit angepasste Bewegung und der Austausch in der Gruppe. Je nach persönlichem Belastungsniveau können die Teilnehmer:innen aus vier Gruppen wählen:

- Gruppe A3: leichte Wanderungen in der Ebene
- Gruppe A: Wanderungen mit wenig Steigungen, Dauer ca. 2 bis 2,5 Stunden
- Gruppe E: Wanderungen mit leichten Steigungen, Dauer ca. 2 bis 2,5 Stunden
- Gruppe F: anspruchsvollere Wanderungen mit Steigungen, Dauer mind. 3 Stunden

Das Angebot für Mitglieder des Verbandes kostenlos und im jährlichen Mitgliedsbeitrag von € 25,- enthalten.

### **Lessons learned und Bedeutung für Connect2Move**

Besonders die Unterteilung in die verschiedenen Belastungsgruppen ist für Connect2Move von Bedeutung. Der in Connect2Move entwickelte und pilotierte 1km-Weg könnte wiederum dem Herzverband und Teilnehmer:innen helfen, diese Belastungsstufen zu identifizieren.

### **3.2.4 HerzReha Bad Ischl: Wandergruppen**

- Veranstalter: HerzReha Bad Ischl
- Art des Angebots: Geführte Wanderung
- Ort: Bad Ischl, Österreich
- Link(s): <https://www.herzreha.at/leistungsspektrum/therapeutisches-angebot>
- Einbindung von Technologien: nein

### **Kurzbeschreibung**

Im Rahmen des Kuraufenthalts in der HerzReha Bad Ischl erhalten die Patient:innen ein individuelles Trainings- und Bewegungsprogramm, welches unter anderem leichte, geführte Wanderungen und auch Nordic-Walking Einheiten umfasst. Das Angebot richtet sich an die Kur-Patient:innen, welche aufgrund chronischer Erkrankungen oder Operationen einen Aufenthalt in Bad Ischl haben.

### Anbieter und Zielgruppe

Die Wanderungen finden im Rahmen des Kuraufenthalts in der Herz-Reha-Klinik Bad Ischl statt. Die Teilnehmer:innen an den Wanderungen sind demnach Patient:innen, welche aufgrund einer chronischen Herzerkrankung oder nach einer Operation eine langsame Einführung in regelmäßige Bewegung erhalten möchten.

### Leistung und Geschäftsmodell

Es handelt sich hierbei um ein ganzheitliches Reha-Angebot für Patient:innen mit chronischen Erkrankungen oder Personen, die bereits eine Operation am Herzen hinter sich haben. Voraussetzung für den Aufenthalt in Bad Ischl ist ein Antrag auf Rehabilitation, welcher nach Absprache mit dem Hausarzt/der Hausärztin und der Versicherungsanstalt gestellt werden kann. Neben therapeutischen Anwendungen, beispielsweise Massagen oder Schwimmeinheiten, stehen Bewegung in Form von Nordic Walking und Wandern im Mittelpunkt der Therapie. Die Nordic-Walking Gruppen werden für drei Leistungsgruppen angeboten, je nachdem wie die gesundheitliche Verfassung und die individuelle Belastbarkeit der Teilnehmer:innen ist. In Gruppen zu maximal 15 Personen werden die Teilnehmer:innen durch das geschulte Personal der Reha-Klinik beim sanften (Wieder)Einstieg in regelmäßige Bewegung unterstützt. Ebenfalls in Kleingruppen je nach persönlicher Belastungsintensität werden die Wandergruppen geführt: Im Fokus steht hier das Training der Ausdauer im Freien der Patient:innen nach diversen Herzoperationen.

Das Angebot ist im Reha-Programm für Patient:innen inkludiert. Für Privatpatient:innen, welche einen Kuraufenthalt tätigen möchten, belaufen sich die Kosten auf € 275,- pro Aufenthaltstag.

### Lessons learned und Bedeutung für Connect2Move

Das Angebot richtet sich klar an Patient:innen: Diese Zielgruppe wurde im Projekt Connect2Move aufgrund des stark medizinischen Schwerpunktes nicht gezielt untersucht bzw. angesprochen.

### 3.2.5 Gesundheitswanderung “Herzschlag für Herzschlag”

- Veranstalter: Tourismusverband Zell-Gerlos, BergAktiv Zillertal
- Art des Angebots: geführte Wanderung (ca. 5 Stunden, davon 3 Stunden Gehzeit)
- Ort: Zillertal, Tirol
- Link(s): [https://www.berg-aktiv.at/files/pdf/Berg\\_Aktiv\\_2020.pdf](https://www.berg-aktiv.at/files/pdf/Berg_Aktiv_2020.pdf)
- Einbindung von Technologien: ja




<p><b>10.00 Uhr</b></p> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; text-align: center; width: fit-content; margin: 5px auto;">★ <b>LEICHT</b></div> <div style="text-align: center; margin: 5px auto;">  </div> <div style="text-align: center; margin: 5px auto;">  </div>	<p><b>GESUNDHEITSWANDERUNG - HERZSCHLAG FÜR HERZSCHLAG</b>  <b>Hike for health - „Heartbeat to Heartbeat“</b></p> <p><b>Treffpunkt:</b> Musikpavillon</p> <p>Schöne und leichte Wanderung zur Wimmertalalm (1.380 m). Sie bekommen von uns eine Pulsuhr und lernen Ihr optimales Wandertempo kennen. Unkostenbeitrag für Pulsuhr € 2,00. Gesamtdauer: ca. 5 Std., Gehzeit: ca. 3 Std.</p> <p><b>Wichtig: gutes Schuhwerk (Bergschuhe)!</b></p> <p><b>Meeting point:</b> Music pavilion</p> <p>Beautiful and easy hike to the Wimmertalalm (1.380 m). You will receive a heart rate monitor from us and will get to know your optimal hiking pace. Costs for heart rate monitor € 2,00. Total duration: approx. 5 hours, walking time: approx. 3 hours.</p> <p><b>Important: good footwear (hiking boots)!</b></p>
---	---

Abb. 8: Beschreibung des Angebots im Sommerprogramm (Berg Aktiv, 2020)

### Kurzbeschreibung

Das Sommer-Wanderprogramm der Region Zell-Gerlos (Zillertal Arena) beinhaltet ein wöchentliches Angebot von geführten “Herzschlag für Herzschlag”-Gesundheitswanderungen. Die Gäste erhalten eine Pulsuhr und können so während der ca. 2-stündigen Wanderung ihre Herzfrequenz überwachen und lernen mehr über ihre optimale Gehgeschwindigkeit.

### Anbieter und Zielgruppe

Die geführte Wanderung wird vom Tourismusverband Zell-Gerlos angeboten und von den dort tätigen Wanderführer:innen durchgeführt. Zahlreiche Partnerunterkünfte bewerben die Wanderungen für ihre Gäste auf ihrer Homepage. Die Teilnahme ist für alle Interessierte offen, da es sich um eine leichte Wanderung handelt, bei der das optimale Wandertempo durch die Überwachung des Pulses mit Hilfe einer Pulsuhr kennengelernt werden kann.

### Leistung und Geschäftsmodell

Die geführte Gruppenwanderung wird von den Wanderführer:innen der Tourismusregion Zell-Gerlos durchgeführt. Beim Treffpunkt erhalten die Personen eine Pulsuhr (Unkostenbeitrag € 2,-) und eine kurze Einführung. Während der leichten Wanderung, welche ca. drei Stunden dauert, geben die Wanderführer:innen Auskunft über die richtige Gehgeschwindigkeit und Einblicke in die Überwachung der Herzfrequenz. Die Teilnehmer:innen können mit Hilfe der Pulsuhr während der Wanderung ihre Herzfrequenz kennenlernen und so ihre optimale individuelle Gehgeschwindigkeit kennenlernen. Die sanfte Wanderung soll die aktive Erholung und das natürliche Wohlbefinden am Berg der Teilnehmer:innen fördern und ihnen so auch - im Einklang mit Natur und Kultur - wertvolle Gesundheits- und Wellnesstipps für Zuhause vermitteln.

### Lessons learned und Bedeutung für Connect2Move

Besonders hervorzuheben bei diesem Angebot ist der Einsatz von Pulsuhren, welche den Teilnehmer:innen einen Einblick in ihre persönliche optimale Gehgeschwindigkeit geben. Wie auch in Connect2Move, soll durch den Einsatz von Pulsuhren das individuelle Leistungsniveau kennengelernt werden, um so Überlastungen am Berg zu vermeiden. Die Möglichkeit, die Pulsuhren beim Tourismusverband auszuleihen, ist ein Aspekt, der auch für die langfristige Umsetzung des

Connect2Move-Angebots denkbar ist. Voraussetzung dafür ist, dass die Wanderführer:innen hier auch die Schulung absolvieren, um den Teilnehmer:innen die wissenschaftlich fundierten Erkenntnisse vermitteln zu können.

### 3.2.6 Herzhaus Herzwandertag

- Veranstalter: herzhaus Reha-Sport e.V.
- Art des Angebots: geführte Wanderung (1-tägig)
- Ort: Berlin
- Link(s):  
<https://herzhausberlin.de/images/download/2020/2020-05-16-herzhaus-wanderfreude.pdf>
- Einbindung von Technologien: nein

#### Kurzbeschreibung

Der Herzwandertag wird seit 2007 jedes Frühjahr vom Herzhaus Berlin am Tegeler See angeboten. Das Angebot ist für alle Personen offen, wobei je nach persönlichem Leistungsniveau drei Wanderungen durchgeführt werden. Nach der Wanderung haben die Teilnehmer:innen die Möglichkeit sich auszutauschen, erhalten Verpflegung und eine Urkunde, und können einen Gesundheitscheck in Anspruch nehmen.

#### Anbieter und Zielgruppe

Die geführten Wanderungen werden von dem Verein Herzhaus in Berlin durchgeführt und erreicht damit regelmäßig ca. 300 Personen. Insgesamt sind an diesem Wandertag das gesamte Vereinsteam mit 18 Sporttherapeut:innen und 5 Kardiolog:innen tätig, welche die Wanderungen ärztliche begleiten. Teilnehmen können alle interessierten Personen.

#### Leistung und Geschäftsmodell

Einmal jährlich (meistens Mai) lädt der Reha-Sport Verein Herzhaus zu einem Wandertag ein. Treffpunkt ist um 9.30 am Tegeler See, von wo aus das Team des Vereins drei Wanderungen, je nach individuellem Leistungsniveau, mit therapeutischer und ärztlicher Begleitung anbietet. Dies umfasst Wanderungen mit ruhigem Wanderschritt (ca. 3 km), zügigem Wanderschritt (ca. 4,5 km) und eine Walking-/Nordic Walking-Gruppe (ca. 8km). Nach der Wanderungen können sich die Teilnehmer:innen untereinander und mit den Expert:innen austauschen und haben die Möglichkeit, einen Gesundheitscheck (Blutdruckmessung und Riechtest). Neben Verpflegung erhalten die Wanderinnen und Wanderer auch eine Teilnahmeurkunde.

Neben der ehrenamtlichen Tätigkeit des Teams des Vereins, kann der Wandertag durch die Unterstützung der BKK VBU und des HINZ-Krankentransports, kostenlos angeboten werden.

#### Lessons learned und Bedeutung für Connect2Move

Da bei diesem Angebot alle Expert:innen und Wanderführer:innen ehrenamtlich tätig sind, wären Maßnahmen zu einer langfristigen und nachhaltigen Umsetzung bzw. Finanzierung wünschenswert, damit das Angebot weiterhin bzw. auch öfter durchgeführt werden kann.

### 3.2.7 Puls-Fitness Tour Grünstein

- Veranstalter: Berchtesgaden Tourismus
- Art des Angebots: Geführte Wanderung
- Ort: Schönau am Königssee, Berchtesgaden, Deutschland
- Link(s):  
<https://veranstaltungen.berchtesgaden.de/schoenau-a-koenigssee/puls-fitnessstour-gruenstein>
- Einbindung von Technologien: ja

#### Kurzbeschreibung

Die zuvor als "Herz-Kreislauf-Testwanderung" bekannte geführte Wanderung in Berchtesgaden wird von der Tourismusregion Berchtesgaden angeboten. Unter Anleitung erfahrener Berg- und Wanderführer:innen erhalten die Teilnehmer:innen durch die Nutzung von Pulsuhren wertvolle Informationen zu ihrer optimalen Gehgeschwindigkeit und der aktiven Erholung durch die an die individuellen Leistungsniveaus angepasste Wanderung.

#### Anbieter und Zielgruppe

Der Tourismusverband der Region Berchtesgaden bietet diese Wanderung bereits seit über 25 Jahren in Kooperation mit erfahrenen Berg- und Wanderführer:innen an. Die Zielgruppe umfasst alle interessierten Personen, die konditionell diese Wanderung (ca. 3km, 534 Höhenmeter) absolvieren können.

#### Leistung und Geschäftsmodell

Beim Treffpunkt erhalten die Teilnehmer:innen eine Pulsuhr und einen Brustgurt, sowie eine kurze Einführung an der Informationstafel am Start der Wanderung. Der Wanderführer misst zuvor den Blutdruck der Teilnehmer:innen und stellt die Pulsmessgeräte ein. Die Personen sollen nicht nur selbst ihren Puls während der Wanderung überwachen, sondern erhalten auch Unterstützung durch den Wanderführer: Auf einem Datenblatt werden diverse Informationen während der Wanderung notiert, beispielsweise die Temperatur, das Gewicht des Rucksacks der Wander:innen, der Blutdruck im Tal und nach Ankunft am Berg, sowie der Puls an sechs Messpunkten am Weg. Die Teilnehmer:innen erhalten Informationen über das optimale Wandertempo, wann am besten Pausen eingelegt werden sollen und wie die eigene Kondition einzuschätzen ist. Auf dem Weg finden die Teilnehmer:innen alle 100 Höhenmeter ein Schild, welches über die bereits zurückgelegte und die noch zu bewältigende Strecke informiert. Die Wanderung umfasst insgesamt 534 Höhenmeter, bei einer durchschnittlichen Steigung von 19,8 %. Nach Absolvierung der Wanderung werden die gesammelten Daten der Pulsmessgeräte gemeinsam bei einer Hütteneinkehr besprochen und die Erfahrungen unter den Teilnehmer:innen ausgetauscht.

Die Wanderung wird bei einer Mindestanzahl von vier Personen durchgeführt. Für Personen mit Gästekarte kostet die Teilnahme € 10,-, ohne Gästekarte € 15,-.

### Lessons learned und Bedeutung für Connect2Move

Nach Angaben des Wanderführers dieses Angebots, der bei einem Stakeholder-Workshop von Connect2Move teilgenommen hat, war besonders die Bezeichnung der Wanderung als "Herz-Kreislauf-Testwanderung" problematisch, da sie eine stark medizinische Ausrichtung vermuten lässt. Gäste, die keine gesundheitlichen Einschränkungen haben, nehmen dieses Angebot aufgrund dieser Annahme oft nicht an - obwohl es sich bei dieser Wanderung durchaus nicht um ein medizinisches Angebot handelt. Durch die Umbenennung in "Puls-Fitness Tour" möchten die Anbieter die Wanderung der breiten Masse schmackhafter machen und den Fokus mehr auf die Stärkung des persönlichen Gesundheitsbewusstseins legen. Es wird auch darauf hingewiesen, dass besonders die Ausgabe und Einführung in das Equipment (Pulsuhr, Brustgurt) viel Zeit und Wissen in Anspruch nimmt, weshalb es hier besonders motivierte und engagierte Personen benötigt, die diese Wanderungen durchführen. Auch in Connect2Move stellte der Name des Angebots einen zentralen Diskussionspunkt dar, da auch hier der Fokus weg vom medizinischen Gedanken hin zu einem Präventionsangebot mit Fokus auf die richtige, gesunde Bewegung gelegt werden sollte. Ebenfalls ein wichtiger Punkt für die langfristige Implementierung des Connect2Move Bausteins ist, wer für die Ausgabe und Einführung des Equipments und die Durchführung der geführten Wanderungen in den Tourismusregionen zuständig ist.

### 3.2.8 Geführte Wanderungen in diversen Hotels

- Veranstalter: Hotels
- Art des Angebots: Geführte Wanderungen
- Ort: divers
- Link(s): z.B.  
<https://www.achentalerhof.at/de/upk/das-tiroler-wanderhotel/ganzjaehrig-gefuehrte-wanderungen.html>; <https://www.posthotel-kassl.at/sommerurlaub-oetztal/wandern>
- Einbindung von Technologien: ja

#### Kurzbeschreibung

Es gibt einige Angebote von Hotels, die den Verleih von Wanderausrüstung, darunter auch Pulsuhren, beinhalten. Die ausgebildeten Wanderführer:innen, die für die Hotels tätig sind, führen unter anderem geführte Wanderungen durch, bei denen die Teilnehmer:innen durch die Nutzung einer Pulsuhr ihre Herzfrequenz im Blick haben können.

#### Anbieter und Zielgruppe

Die geführten Wanderungen werden von diversen Hotels angeboten, z.B. vom Achentalerhof oder vom Posthotel Kassel in Tirol. Neben der Möglichkeit, sich Wanderstöcke, Rucksäcke oder ähnliche Ausrüstung auszuleihen, können die Urlauber:innen auch Pulsuhren für einen geringen Unkostenbeitrag ausleihen. Das Angebot richtet sich an die Gäste der Hotels, die geführten Wanderungen sind im Preis inbegriffen.

#### Leistung und Geschäftsmodell

Die Gäste haben vor Ort die Möglichkeit, Pulsuhren und andere Wanderausrüstung unentgeltlich auszuleihen. Sie können demnach während ihres Aufenthalts individuell mit der Pulsuhr ihre

Herzfrequenz und Aktivität verfolgen, oder aber auch an geführten Wanderungen teilnehmen und auf die Expertise der Wanderführer:innen zurückgreifen.

#### **Lessons learned und Bedeutung für Connect2Move**

Die Hotels verfügen über zertifizierte Wanderführer:innen und die Möglichkeit der Ausleihe von Pulsuhren. Mit dieser Voraussetzung könnte von Hotels das Connect2Move-Angebot leicht umgesetzt werden, wenn es einen 1km-Weg in der Region gibt, auf dem die Gäste den BergFit-Test absolvieren können.

### 3.3 Individuell begehbare Wander-/Themenwege

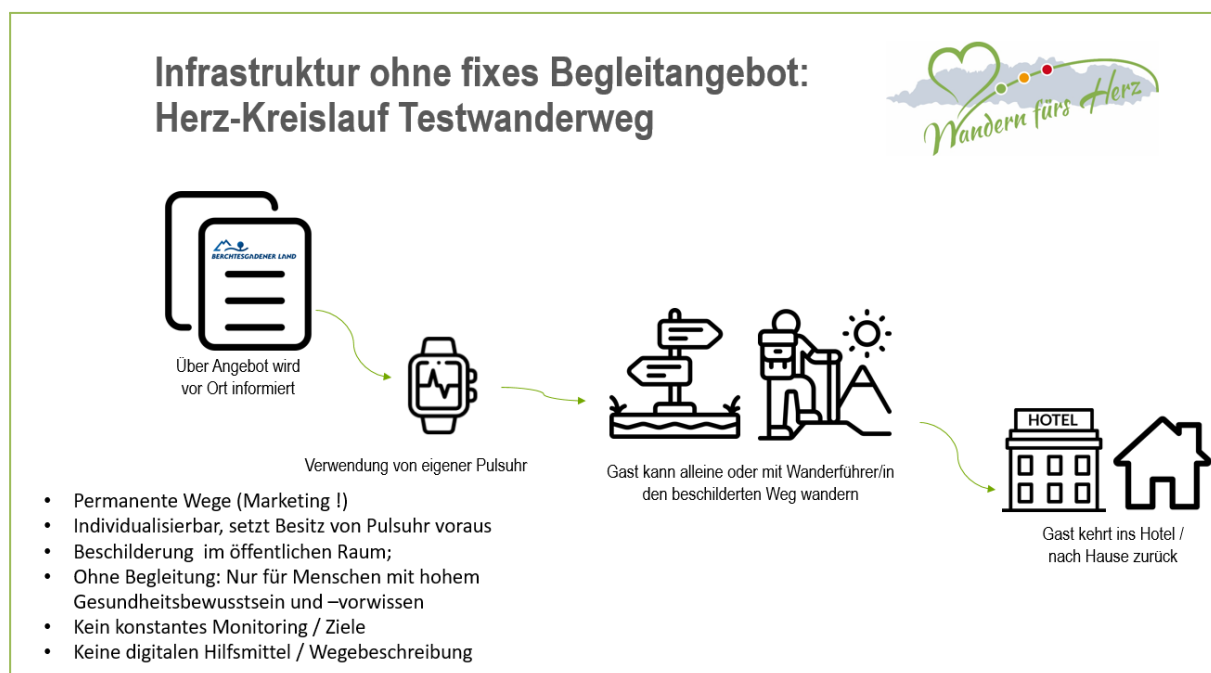


Abb. 9: Individuelle Wander-/Themenwege, Präsentationsfolie Stakeholder-Workshop 2. März 2021

Neben geführten Wanderungen gibt es unter den Beispielen auch individuell begehbare Angebote, die rund um die Uhr und kostenlos von Personen benutzt werden können. Es handelt sich hier um gekennzeichnete Themenwege, die durch Beschilderungen und Markierungen nach Schwierigkeitsgrad für das individuelle Begehen zur Verfügung stehen.

#### 3.3.1 Herzwanderwege Unterfranken

- Veranstalter: Tourismusverband Kleinwallstadt, Unterfranken
- Art des Angebots: individuell begehbare, beschilderte Wanderwege
- Ort: Kleinwallstadt
- Link(s):  
<https://www.kleinwallstadt.de/vereine-freizeit-und-tourismus/wandern/herzwanderwege>
- Einbindung von Technologien: nein

#### Kurzbeschreibung

Kleinwallstadt hat ein umfassendes Netz an Themenwanderungen, zu denen auch die Herzwanderwege als touristisches Angebot gehören. Es handelt sich hierbei um beschilderte, individuell begehbare Wanderwege, die sich in erster Linie in Länge und Wegbeschaffenheit unterscheiden.

#### Anbieter und Zielgruppe

Die bestehenden Wege wurden durch die Beschilderung seitens der Tourismus-Verantwortlichen von Kleinwallstadt zu Herz-Themenwegen. Die Wege können von allen interessierten Personen genutzt werden und sind auch für Kinderwagen geeignet.

### Leistung und Geschäftsmodell

Die bestehenden Wanderwege wurden von der Tourismusregion Kleinwallstadt in die Themenwege "Herzwanderwege" umfunktioniert und von freiwilligen Helfer:innen mit der Beschilderung am Weg ausgestattet.



Abb. 10: Beschilderung der Herzwanderwege Unterfranken

(<https://www.kleinwallstadt.de/vereine-freizeit-und-tourismus/wandern/herzwanderwege>, 17/12/2021)

Die Wege unterscheiden sich in erster Linie durch die Länge. Je nach persönlicher Präferenz und Kondition kann ausgehend vom zentralen Ausgangspunkt (Parkplatz am Birkenhof) ein Weg gewählt werden:

- Herzweg 1 "Flurgraben-Weg": 2,5 km
- Herzweg 2 "Leisgraben-Weg": 3,4 km
- Herzweg 3 "Plattenberg": 4,5 km
- Herzweg 4 "Sonnenweg": 3,3 km
- Herzweg 5 "Schneckenrain-Weg" 7,2 km

Die Herzwanderwege sind generell normale Wanderwege, welche von allen interessierten Personen jederzeit genutzt werden können. Bis auf die Benennung als Herzwanderweg, welche die positive Wirkung des Wanderns auf die Herzgesundheit signalisieren soll, besteht kein besonderer Bezug zum Thema Herzgesundheit.

### Lessons learned und Bedeutung für Connect2Move

Die bestehenden Wanderwege können von allen interessierten Personen genutzt werden und die Region Unterfranken ist für diese verantwortlich. Die nachhaltige und kostengünstige Instandhaltung der Wege und der Beschilderung stellt auch in Connect2Move eine Fragestellung dar. Wie auch bei diesem Angebot wäre es für die 1km- und 8km-Wanderwege wünschenswert, dass die Region für die Instandhaltung aufkommt, um die Wege langfristig in ihre Angebote aufnehmen zu können.

#### 3.3.2 Herzwanderung "Gehen hält fit"

- Veranstalter: Taunus Touristik Service e.V.
- Art des Angebots: Individuell begehbarer Wanderweg
- Ort: Taunus, Deutschland
- Link(s):  
<https://taunus.info/angebote/sport-und-outdoor/walking/herzwanderweg-gehen-haelt-fit/r-63>
- Einbindung von Technologien: nein

### Kurzbeschreibung

Dieser individuell begehbarer Wanderweg orientiert sich an dem von der Irish Heart Foundation entwickelten Konzept "Slí na Sláinte" (vgl. Kapitel 3.3.3) und liegt im Naherholungsgebiet Hardtberg im Taunus, Deutschland. Es handelt sich hierbei um einen 3,3 km langen Weg, bei dem die Wander:innen ca. 300 Höhenmeter zurücklegen.

### Anbieter und Zielgruppe

Installiert wurde der Weg bereits 1998 vom Taunus Touristik Service. Grundlage für die Implementierung des Herzwanderwegs war das Konzept der Irish Heart Foundation (Slí na Sláinte). Der Weg ist offen für alle interessierten Personen und liegt auch in der Nähe der Klinik Königstein und ist somit auch für die Patient:innen vor Ort leicht erreichbar.

### Leistung und Geschäftsmodell

Der Weg ist frei zugänglich und ist über die gesamte Strecke mit Orientierungsschildern ausgestattet. Diese geben lediglich die Richtung an, d.h. es gibt keine weiterführenden Informationen dazu, wie der Weg bzw. die Wanderung allgemein zur Förderung der Herzgesundheit beiträgt.

### Lessons learned und Bedeutung für Connect2Move

Die Nutzung des Weges ist nicht eingeschränkt, d.h. alle interessierten Personen können diesen Weg nutzen. Die Beschilderung und Instandhaltung ist auch hier von der Tourismusregion geregelt, was für die in Connect2Move implementierten Wanderwege ebenfalls angedacht wäre.

### 3.3.3 Slí na Sláinte

- Veranstalter: Initiiert von der Irish Heart Foundation
- Art des Angebots: Individuell begehbarer Wanderweg
- Ort: Irland
- Link(s): <https://irishheart.ie/your-health/our-health-programmes/healthy-communities/slainte>
- Einbindung von Technologien: nein



Abb. 11: Beispiel der Beschilderung der Slí na Sláinte Wege (Wikipedia Slí na Sláinte, 2022)



### Kurzbeschreibung

Bei Slí na Sláinte (übersetzt "Pfad der Gesundheit") handelt es sich um eine von der irischen Herzstiftung entwickelten Initiative. Das übergreifende Ziel ist es, Personen in ganz Irland zu regelmäßiger, gemäßigter Bewegung im Freien zu motivieren. Es gibt bereits über 400 Wege in verschiedenen Städten, Gemeinden und auch in Unternehmen und Schulen oder Kindergärten, um das Bewegungskonzept einer möglichst großen Zielgruppe nahe zu bringen. Die Personen können die Wege alleine oder in Gruppen wandern und es gibt ebenso eine Ausbildung für Slí na Sláinte Wanderführer:innen, die nach Absolvierung des Kurses Gruppenwanderungen auf den Wegen leiten können.

### Anbieter und Zielgruppe

Entwickelt wurde das Bewegungskonzept von der Irish Heart Foundation. Neben der Unterstützung von Regionen und Institutionen bei der Umsetzung von Slí na Sláinte-Wegen, bieten sie auch Schulungen für Personen an, die auf den Wegen geführte Wanderungen anbieten möchten. Eine spezielle Zielgruppe gibt es nicht: Die Wege sollen Personen generationsübergreifend zu mehr Bewegung im Alltag motivieren.

### Leistung und Geschäftsmodell

In Irland gibt es bereits über 400 Slí na Sláinte-Wege, wobei das Konzept auch in weiteren Ländern in anderer Form umgesetzt wurde (z.B. "Gehen hält fit", Kapitel 3.3.2). Es handelt sich hierbei um Wege von unterschiedlicher Länge und Beschaffenheit, welche mit Beschilderungen in Abständen von einem Kilometer entlang der Strecke ausgestattet sind. Anhand der Schilder können die Wander:innen die zurückgelegte Strecke verfolgen. Die Nutzung ist kostenlos.

Für Regionen und Institution, die einen Weg installieren möchten, steht ein Handbuch mit den wichtigsten Informationen zur Verfügung. Hier wird beispielsweise beschrieben, welche Eigenschaften der Weg aufweisen soll: Eine optimale Länge von 2-8 Kilometer, sowie die Gewährleistung der Sicherheit der Wander:innen. Die Nutzung von bereits vielgenutzten Wegen ist empfehlenswert. Die Installation und Instandhaltung des Weges liegt bei der umsetzenden Institution (z.B. Gemeinde, Schule, Unternehmen) und die Kosten für die Beschilderung belaufen sich auf ca. € 1300,-.

In den Kosten für die Erstinstallation ist auch die Teilnahme für eine Person im "Walking Leader Training" beinhaltet. Die Schulung kann dennoch von allen Personen in Anspruch genommen werden, geführte Gruppenwanderungen auf den Strecken durchführen möchten. Zielsetzung des Kurses ist es, die Teilnehmer:innen darin zu schulen, Menschen zum Wandern als gesundheitsfördernde körperlich Aktivität zu motivieren und die Wanderungen in kleinen Gruppen zu planen und zu leiten. Die Teilnehmer:innen des Kurses lernen aktuelle Empfehlungen für gesundheitsfördernde Maßnahmen kennen und wie eine solche optimale geführte Walking- oder Wander-Einheit gestaltet werden kann, die für alle Belastungsniveaus geeignet ist. Zudem erhalten sie das nötige Wissen, um den Wander:innen wichtige Informationen zu Körperhaltung, Gehtechnik, Dehnung und Intensität der Wanderung vermitteln zu können. Der Kurs wird von der Irischen Herzstiftung subventioniert.

### Lessons learned und Bedeutung für Connect2Move

Besonders hervorzuheben ist, dass es sich hier um ein ganzheitliches Konzept der Förderung des Gesundheitsbewusstseins handelt (Wege, Veranstaltungen, Ausbildung für Wanderführer:innen). Das Handbuch zur Installation der Wege (für Gemeinden, Institutionen, etc.) dient für Connect2Move ebenfalls als Best Practice Beispiel, da auch im Projekt das Verfassen einer solchen Step-by-Step-Anleitung angedacht ist. Zusätzlich zeigt das noch immer bestehende Angebot für Trainings für Wanderführer:innen, dass der Fokus auf Herzgesundheit in der Ausbildung derer sehr geschätzt und oft in Anspruch genommen wird.

#### 3.3.4 Panorama-Trail Hohe Tauern

- Veranstalter: Tourismusbüros Krimml, Neukirchen, Bramberg, Zell am See-Kaprun
- Art des Angebots: individuell begehbarer Wanderweg
- Ort: Hohe Tauern Trail; Krimml, Neukirchen, Bramberg, Zell am See-Kaprun
- Link(s):  
<https://www.zellamsee-kaprun.com/de/aktivitaeten/sommer/wandern/panorama-trail>
- Einbindung von Technologien: ja

#### Kurzbeschreibung

Der Panorama-Trail im Nationalpark Hohe Tauern bietet eine Strecke über 17 Etappen zum Weitwandern im Salzburger Land. Seit Frühjahr 2021 können die Wanderer und Wanderinnen auf der Strecke an vier Stationen einen Trail-Fitness-Test (Rockport-Test) absolvieren, um ihre Fitnessleistung nach Absolvierung einer oder mehrerer Etappen zu vergleichen. Entlang der Strecke werden in vier Orten die Tests, durchgeführt von erfahrenen Guides, angeboten (Krimml, Neukirchen, Bramberg, Zell am See-Kaprun). Entwickelt wurde dieses Angebot gemeinsam mit dem Institut für Ökomedizin der Paracelsus Medizinischen Privatuniversität, die in diesem Rahmen eine Studie durchgeführt hat.

#### Anbieter und Zielgruppe

Der Hohe Tauern Trail ist Teil des Nationalpark Hohe Tauern, in Kooperation der Gemeinden und Tourismusregionen, die sich zwischen den Etappen befinden. Der Trail-Fitness-Test wird wiederum von dem Tourismusbüros in Krimml, Neukirchen, Bramberg und Zell am See-Kaprun angeboten. Zielgruppe sind die Personen, die eine Wanderung auf einer oder mehreren Etappen, über mehrere Tage absolvieren und ihr Fitnesslevel kennenlernen und vergleichen möchten.

#### Leistung und Geschäftsmodell

Die Anmeldung zu den Fitnesstests erfolgt direkt über die Tourismusbüros (Anmeldung bis am Vortag der Testung möglich). In den vier Orten gibt es jeweils an ein bis zwei Tagen die Woche Termine für die Absolvierung des Tests. Als Testformat dient der wissenschaftlich fundierte Rockport-Test, bei dem der VO<sub>2</sub>max-Wert der Teilnehmer:innen ermittelt wird. Der Test wird einmal vor der Mehrtageswanderung und einmal nach der Wanderung (im besten Fall nach drei bis vier aufeinanderfolgenden Tageswanderungen) durchgeführt.

Auf Grundlage des Rockport-Test, eines wissenschaftlich fundierten Test zur Errechnung der VO<sub>2</sub>max (maximale Sauerstoffaufnahme), gehen die Teilnehmer:innen gemeinsam mit einem Guide 1600 Meter auf ebener Strecke, in einer gleichmäßigen aber möglichst schnellen Geschwindigkeit. Nach

dem Test wird der Puls gemessen und kombiniert mit der für die Strecke benötigte Zeit lässt sich die maximale Sauerstoffaufnahme des Blutes (VO<sub>2</sub>max) berechnen. Dieser Wert gibt Auskunft über die individuelle Belastungsintensität und Fitness der Teilnehmer:innen. Die anschließende Wanderung wird von den Teilnehmer:innen ohne Begleitung durchgeführt, d.h. auch die Überwachung der Herzfrequenz liegt bei den Wander:innen.

Die Teilnehmer:innen erhalten einen Pass, in dem sie den Fitnesswert eintragen und nach erneuter Testung vergleichen können. Nach der Abschlussmessung erhalten die Wander:innen auch eine Urkunde über die Steigerung ihres Fitnesswerts. Der Trail-Fitness-Test kann von Personen mit einer Gästekarte der teilnehmenden Orte kostenlos in Anspruch genommen werden. Für Wander:innen ohne Gästekarte liegt der Preis der Tests bei € 20,-.

### Lessons learned und Bedeutung für Connect2Move

Wie auch in Connect2Move, wird bei diesem Angebot durch den Rockport-Test die VO<sub>2</sub>max der Teilnehmer:innen als Grundlage für die Berechnung der individuellen Fitness herangezogen. Eine weitere Gemeinsamkeit liegt in der wissenschaftlich anerkannten Testung und der Empfehlungen, sich nach einigen Tagen erneut zu testen um eine Verbesserung der individuellen Fitness feststellen zu können. Anders als bei Connect2Move wird der Rockport-Test jedoch unter maximaler Belastung beim Gehen durchgeführt; ebenso stellt die Länge der Strecke und die Messung (erst nach Absolvierung der 1600m) einen Unterschied dar. Besonders hervorzuheben ist die langfristige Implementierung des Angebots: Durch den Zusammenschluss der Tourismusorte kann der Test in mehreren Orten entlang der Strecke durchgeführt werden und stellt so ein einzigartiges Angebot in der Region dar. Für Connect2Move ebenfalls empfehlenswert ist der Einsatz von ausgebildeten Guides, die den Test mit interessierten Personen an mehreren Termin in der Woche durchführen. Hier ist in Connect2Move die Einbindung von Wanderführer:innen oder Fitnesstrainer:innen denkbar.

### 3.3.5 Parcours du coeur

- Veranstalter: Französischer Verband der Kardiologie
- Art des Angebots: Geführte Wanderung (Veranstaltung)
- Ort: Frankreich
- Link(s): <https://www.fedecardio.org/organiser-un-parcours-du-coeur-cest-facile>
- Einbindung von Technologien: nein

#### Kurzbeschreibung

“Parcours du coeur” ist eine vom französischen Verband der Kardiologie initiierte, jährliche Veranstaltung, welche sich zum Ziel setzt, die französische Bevölkerung zu gemeinsamer körperlicher Aktivität zu motivieren und in diesem Rahmen auf Herz-Kreislaufkrankungen aufmerksam zu machen. Jede:r Interessierte kann einen solchen “Herz-Parcours”-Tag veranstalten und verschiedene sportliche Aktivitäten in den Settings Stadt, Schule oder Arbeitsplatz anbieten.

#### Anbieter und Zielgruppe

Initiiert wurde das Projekt, bei dem einen Monat lang in ganz Frankreich Veranstaltungen zum Thema Herzgesundheit durchgeführt werden, vom Französischen Verband der Kardiologie. Eine Parcours du Coeur Veranstaltung durchführen können interessierte Organisationen, Gemeinden, Verbände,

Schulen und alle, die in ihrer Umgebung Menschen zusammenbringen möchten, um sich gemeinsam zu bewegen und auf Herzgesundheit aufmerksam zu machen. Ebenso ist das Angebot an die gesamte Bevölkerung gerichtet.

### **Leistung und Geschäftsmodell**

Die Parcours du Coeur zielen darauf ab, Herz-Kreislauf-Erkrankungen durch Information, Vorsorgeuntersuchungen und das Erlernen von Maßnahmen für einen gesünderen Lebensstil zu verringern. Bestehende Vereine, Institutionen, Gemeinden, etc. können im Zeitraum von 3 Monaten (2022: 1. April bis 30. Juni) verschiedene Veranstaltungen anbieten, um auf Herzgesundheit aufmerksam zu machen. Dies umfasst beispielsweise Sportangebote oder Informationsveranstaltungen. Die Veranstaltung ist auch ein gutes Mittel für Organisationen, um ihre Aktivitäten der breiten Bevölkerung näher zu bringen. So werden beispielsweise von Sportvereinen oder Herzvereinen Gesundheitsparcours oder Wanderwege genutzt, um sich gemeinsam mit den Teilnehmer:innen zu bewegen und auf die gesundheitsfördernde Wirkung von Bewegung aufmerksam zu machen. Die "Fédération Française de Cardiologie" unterstützt die teilnehmenden Organisation bei der Umsetzung mit Materialien, zum Beispiel auch durch die Zusendung kostenloser Marketing-Kits. Die Veranstaltungen sind für teilnehmende Personen kostenlos.

### **Lessons learned und Bedeutung für Connect2Move**

Ansprechend an diesem Angebot ist die weitreichende Wirkung: In ganz Frankreich werden in dem angegebenen Zeitraum Veranstaltungen durchgeführt. Im Jahr 2019 konnten so 750.000 Teilnehmer:innen erreicht werden. Diese Vernetzung von Gemeinden und Organisationen über eine so weiter Strecke ist auch für Connect2Move interessant, da der BergFit-Test auch auf andere Regionen übertragbar gemacht werden soll.

### 3.4 Best Practice Analyse

Die identifizierten Best Practice Beispiele zeigen, dass es bereits verschiedene Versuche gibt, um den Mehrwert von Bewegung auf die persönliche Herzgesundheit aufzuzeigen, die damit verbundene Gesundheitskompetenz zu stärken und somit einen Beitrag zu Präventionsmaßnahmen zu leisten. Es handelt sich jedoch meist um Einzelmodule, welche oft regional verankert sind oder auch nur als Teil eines Kur- oder Rehabilitationsangebots in Anspruch genommen werden können. Eine Verbindung von mehreren Angeboten ist bei den vorliegenden Beispielen noch ausbaufähig und wünschenswert.

Hier ist zu erwähnen, dass das individuelle Leistungs- und Belastungsniveau der Nutzer:innen bereits stark im Fokus liegt: Wanderwege sind nach Schwierigkeitsgrad markiert oder Pauschalangebote neben den geführten Wanderungen durch Vorträge zu Herzgesundheit oder Ernährungsvorschläge ergänzt. Der Einbezug von smarten Technologien steht bei den identifizierten Beispielen jedoch noch am Anfang. Es gibt in diversen Hotels und bei Pauschalangeboten zwar die Möglichkeit, Pulsuhren und/oder Brustgurte auszuleihen und somit die persönliche Herzfrequenz während der Wanderung (auch begleitet von Wanderführer:innen) zu messen, doch fehlt es hier an einer Auswertung, welche unter anderem in eine individualisierte Empfehlung für die Wanderwege und weitere Routen einfließen oder von den Nutzer:innen weiterverwendet werden kann. In diesem Zusammenhang fehlen auch in digitalen Wanderkarten-Applikationen personalisierte Empfehlungen für Wanderrouten. Es gibt hier zwar ausführliche Beschreibungen zum Schwierigkeitsgrad und topografische Informationen (z.B. Weglänge, Höhe), aber auch hier liegt es bei den einzelnen Nutzer:innen zu entscheiden, ob die Wanderung für ihr Leistungsniveau passend ist und sie diese ohne negative Auswirkungen auf ihre Wohlbefinden durchführen können. Durch die persönliche Betreuung durch zertifizierte Wanderführer:innen oder Expert:innen im Bereich Herzgesundheit kann auf die individuellen Belastungsniveaus der Teilnehmer:innen Rücksicht genommen werden, jedoch stellt dies eine sehr ressourcenintensive Aufgabe dar, wie besonders aus den Beispielen zu geführten Wanderungen ersichtlich wird. Diese werden teils nur einmal jährlich angeboten, da die durchführenden Personen zum großen Teil ehrenamtlich tätig sind und die Angebote den Teilnehmer:innen kostenlos zur Verfügung gestellt werden (z.B. herzhause Wandertag, Wandern mit dem Herzverband Steiermark). Eine digitale Lösung, wie in Connect2Move entwickelt, könnte diesen Aufwand minimieren.

Der Einsatz von Expert:innen unterstützt auch zusätzlich die wissenschaftliche Tragfähigkeit der Angebote. In Hinblick auf Herzgesundheit, schonende Bewegung und gesundheitsfördernde Maßnahmen ist es von besonderer Bedeutung, dass die vermittelten Informationen gewisse Standards erfüllen. Die wissenschaftlich fundierte Testung der individuellen Belastungsniveaus, wie in Connect2Move entwickelt, ist in ähnlicher Form nur beim Trailtest Hohe Tauern (3.3.4) vorhanden. Der hier verwendete Rockport-Test setzt sich ebenfalls zum Ziel, die persönliche Fitness zu ermitteln, jedoch eher als Vergleichsparameter zwischen den Wanderungen und nicht als Vorhersagemodell für die bei der Wanderung empfohlenen Herzfrequenz.

Aus ganzheitlicher Sicht ist besonders das Konzept der "Irish Heart Foundation", Slí na Sláinte, hervorzuheben. Hier werden nicht nur Veranstaltungen zum Thema Bewegung und Herzgesundheit angeboten, sondern auch Schulungen für Personen angeboten, die solche Herzwanderungen mit Gruppen durchführen möchten. Zusätzlich gibt es einen Leitfaden zur Installation der Wanderwege

für Gemeinden und Institutionen, die dies in ihrer Umgebung umsetzen möchten. Diese Module wurden ebenfalls in Connect2Move angedacht und umgesetzt.

Ein Aspekt, der auch für die Entwicklung des Connect2Move Angebots in die Überlegungen miteinbezogen werden muss, sind die Voraussetzungen und nötigen Ressourcen für eine langfristige Implementierung der entwickelten Bausteine. Wie aus den Best Practice Beispielen erkennbar ist, benötigen die Angebote eine Vielzahl an personellen, zeitlichen und finanziellen Ressourcen und das Engagement verschiedener Stakeholder und verantwortlicher Personen, um das Angebot langfristig in die Region zu integrieren. Hier fallen zum einen Instandhaltungskosten für Gemeinden an, die Wege installieren möchten, sowie Personen, die diese betreuen und auch die Wanderungen bzw. Testungen durchführen und begleiten. In Abschnitt 4 des vorliegenden Reports werden die in Connect2Move identifizierten Bausteine anhand dieser Überlegungen beschrieben.

#### **Best Practice: Take Aways**

- Wissenschaftliche Fundierung des Angebots wichtig, um nachhaltige Wirkung zu vermitteln und Gesundheitsbewusstsein der Teilnehmer:innen langfristig zu erhöhen
- Der Einsatz von Technologien ist noch nicht weit verbreitet: Die einzigartige Testung mit Pulsuhr, Brustgurt und/oder Oberarmgurt in Connect2Move stellt ein Alleinstellungsmerkmal des Angebots dar
- Verschiedene Stakeholder müssen für die langfristige Implementierung von Herzgesundheits-Angeboten zusammenarbeiten: z.B. Gemeinden und Regionen für Instandhaltung der Wege, Expert:innen und Wanderführer:innen für die Betreuung, Hotels und Tourismusorganisationen für Marketing o.ä.

## 4 Connect2Move Bausteine und Geschäftsmodell-Steckbriefe

Anhand der Ergebnisse der Befragung von Nutzer:innen, der Recherche von Best Practice Beispielen, vier durchgeführten Stakeholder-Workshops (Stand Dezember 2021) und projektinternen Geschäftsmodell-Workshops, konnten innerhalb der neuen "Connect2Move"-Gesundheitsdienstleistung vier Teilangebote identifiziert und Geschäftsmodell-Steckbriefe für diese Bausteine ausgearbeitet werden, die von verschiedenen Zielgruppen genutzt und umgesetzt werden können. Aufbauend auf der methodischen Einführung in Kapitel 1.3 wird im folgenden Abschnitt die inhaltliche Vorgehensweise und die ausgewählten Geschäftsmodelle zur Evaluierung, sowie die Bausteine mit dazugehörigen Personas und Geschäftsmodell-Steckbriefen vorgestellt.

### 4.1. Basis für C2M-Bausteine: Der 1km BergFit-Test

Den Kern des Connect2Move-Angebots und der entwickelten Bausteine sowie Geschäftsmodelle bildet die sportwissenschaftliche und digital unterstützte Methode zur selbständigen Messung der eigenen Fitness beim Wandern: **Der BergFit-Test**.

Der BergFit-Test ist ein submaximaler und subjektiv gesteuerter Fitnesstest über 1km für gesunde Erwachsene ab 45 Jahren zur Schätzung der  $VO_{2max}$  beim Wandern. Die  $VO_{2max}$  zeigt die maximale Sauerstoffaufnahme-fähigkeit an und dient somit als Gradmesser der Ausdauerleistungsfähigkeit bzw. Fitness einer Person. Der Goldstandard zur Bestimmung der eigenen Fitness sind maximale Ausbelastungstests auf dem Laufband oder Fahrradergometer. Eine kostengünstige und praktikable Alternative stellen submaximale Belastungstests (unterhalb der maximalen Belastung) dar. Beim BergFit-Test handelt sich um ein neu entwickeltes, innovatives Testverfahren am Berg, dessen Intensität mittels Borg Skala gesteuert wird.

**BORG SKALA**



6	
7	Sehr, sehr leicht
8	
9	Sehr leicht
10	
11	Relativ leicht
12	
13	Etwas anstrengend
14	
15	Anstrengend
16	
17	Sehr anstrengend
18	
19	Sehr, sehr anstrengend
20	

Abb. 12: Borg Skala (Eisenberger, 2021, adaptiert von Borg 1970)

Die Borg Skala ist eine in der Sportwissenschaft häufig verwendete Bewertungsskala zur subjektiven Einschätzung körperlicher Belastung. Die Skala umfasst eine Ausprägung von 6 (minimale Anstrengung) bis 20 (maximale Anstrengung). Beim BergFit-Test soll die subjektiv empfundene

Anstrengung der Teilnehmer:innen im Bereich von 11 - 15 (gelber Bereich = submaximal) liegen. Der BergFit-Test erfordert zusätzlich eine Aufzeichnung der Herzfrequenz mittels Brust-/Oberarmgurt oder einer Fitness-/Smartwatch. Der Test kann selbstständig auf einer von derzeit zwei ausgewählten und pilotierten Connect2Move Teststrecken (Werfenweng und Aschau im Chiemgau, Stand 05/2022) in der Natur durchgeführt werden und ist in andere Regionen übertragbar. Durch die Etablierung einer Teststrecke entsteht ein Mehrwert für Einheimische und Gäste. Beim Wandern in den Bergen kann eine Überanstrengung rasch zu einer Gefahr werden und das Wissen um die eigene Leistungsfähigkeit ist demnach u.a. für die Sicherheit am Berg von entscheidender Bedeutung.

Am Startpunkt des 1km-Weges angekommen, beginnen die Teilnehmer:innen die Aufzeichnung der Daten (Herzfrequenz, zurückgelegte Strecke, Dauer) mittels Pulsuhr, Brustgurt oder Oberarmgurt. Wichtig ist, dass die Personen den BergFit-Test im Gehen bzw. Wandern absolvieren und stets im submaximalen Anstrengungsbereich (Borg 11-15) bleiben. Abbildung 13 zeigt die Anleitung für die Teilnehmer:innen.



## Der BergFit-Test & Trail

Österreich  
**Werfenweng**

**Merkmale** der Teststrecke:

- ✓ Start: Tourismusverband Werfenweng
- ✓ Anreise: ÖPNV, PKW
- ✓ Länge: 1,09 km
- ✓ Niedrigster Punkt: 902 m
- ✓ Höchster Punkt: 1032 m
- ✓ Höhenunterschied: 130 m
- ✓ Wegbeschaffenheit: Kiesweg
- ✓ Schwierigkeit des Weges: leicht
- ✓ Ziel: Nähe Gasthof Tennenblick

**Anleitung:**  
"Gehe langsam los, steigere dich nach 200 m zu einer optimalen Gehgeschwindigkeit und gehe zügig ins Ziel! Deine subjektiv empfundene Anstrengung befindet sich auf der Borg Skala zwischen 11 ("relativ leicht") zu Beginn und maximal 15 ("anstrengend") während des gesamten Tests. Achte in den sehr steilen Teilabschnitten darauf, dass du nur eine submaximale Anstrengung (Borg 11-15) erreichst."



**Wichtig:**  
Der BergFit-Test wird nur im Gehen -ohne maximale Belastung- durchgeführt!

BORG SKALA	
6	
7	Sehr, sehr leicht
8	
9	Sehr leicht
10	
11	Relativ leicht
12	
13	Etwas anstrengend
14	
15	Anstrengend
16	
17	Sehr anstrengend
18	
19	Sehr, sehr anstrengend
20	



Höhenprofil Werfenweng

Abb. 13: Informationen zur Durchführung BergFit-Test, Pilot-Weg Werfenweng (Screenshot Broschüre, 03/2022)

Sind die Personen am Ende der Teststrecke angekommen, wird die Aufzeichnung gestoppt. Die Auswertung des BergFit-Tests findet auf der Website von Connect2Move ([www.connect2move-wandern.eu](http://www.connect2move-wandern.eu)) statt. Hierfür werden folgende Daten benötigt:



- Geschlecht
- Alter
- Gewicht
- Raucher:in (ja/nein/ehemalig)
- Durchschnittliche Herzfrequenz während des BergFit-Tests
- Dauer des BergFit-Tests
- Differenz der Höhenmeter (für Aschau i.Ch. 90m, Werfenweng 130m)

Sobald die Daten eingegeben wurden, erhalten die Teilnehmer:innen die Auswertung, ob sie über ein niedriges, mittleres oder hohes Fitnesslevel verfügen.



Abb. 14: Ablauf BergFit-Test Auswertung (Screenshot Broschüre, 03/2022)

Diese Information wird im nächsten Schritt für das Vorhersagemodell benötigt: Auf Grundlage der Auswertung des BergFit-Tests kann der Anstrengungsgrad je Streckenabschnitt auf ausgewählten Wanderwegen vorhergesagt werden. Die Personen erhalten somit individuell angepasste Einfärbungen der Strecke, um daraus Informationen zu ihrer Herzfrequenz zu erhalten und somit Rückschlüsse auf ihre optimale Gehgeschwindigkeit ziehen zu können. Diese Streckeninformation wird in bestehende Wanderkarten implementiert, damit die Personen diese während der Wanderung im Blick behalten können.

## 4.2 Auswahl Geschäftsmodell-Ideen

Der folgende Abschnitt gibt einen Überblick über die Geschäftsmodell-Ideen, welche aufgrund der Kompatibilität mit den Projektinhalten vorab ausgewählt und im Geschäftsmodell-Workshop für die einzelnen Connect2Move-Bausteine diskutiert wurden. Originalbeschreibungen auf Englisch befinden sich im Anhang.

### Add-on

"Das Kernangebot ist preislich wettbewerbsfähig, aber es gibt zahlreiche Extras, die den Endpreis in die Höhe treiben. Am Ende zahlt der Kunde mehr, als er ursprünglich angenommen hat. Der Kunde profitiert von einem variablen Angebot, das er an seine spezifischen Bedürfnisse anpassen kann" (BMI Lab 2021).

### Customer Loyalty

"Kunden und ihre Loyalität werden gebunden, indem man ihnen über das eigentliche Produkt oder die Dienstleistung hinaus einen Mehrwert bietet, z.B. durch anreizbasierte Programme. Ziel ist es, die Loyalität zu erhöhen, indem eine emotionale Bindung geschaffen oder einfach mit speziellen

Angeboten belohnt wird. Die Kunden werden freiwillig an das Unternehmen gebunden, was den zukünftigen Umsatz sichert" (BMI Lab 2021).

### **Digitalization**

Dieses Muster beruht auf der Fähigkeit, bestehende Produkte oder Dienstleistungen in digitale Varianten umzuwandeln, die Vorteile gegenüber materiellen Produkten bieten, z. B. einen einfacheren und schnelleren Vertrieb. Im Idealfall wird die Digitalisierung eines Produkts oder einer Dienstleistung realisiert, ohne das Wertversprechen, das dem Kunden geboten wird, zu verwerten" (BMI Lab 2021).

### **Experience Selling**

"The value of a product or service is increased with the customer experience offered with it. This opens the door for higher customer demand and commensurate increase in prices charged. This means that the customer experience must be adapted accordingly, e.g. by attuning promotion, shop, etc." (BMI Lab 2021).

### **Freemium**

"Die Basisversion eines Angebots wird kostenlos abgegeben, in der Hoffnung, den Kunden später zum Kauf der Premiumversion zu bewegen. Das kostenlose Angebot ist in der Lage, die größtmögliche Anzahl von Kunden für das Unternehmen zu gewinnen. Die in der Regel kleinere Zahl zahlender "Premium-Kunden" generiert die Einnahmen, die auch das kostenlose Angebot querfinanzieren" (BMI Lab 2021).

### **Leverage Customer Data**

"Durch das Sammeln von Kundendaten und deren nutzbringende Aufbereitung für die interne Nutzung oder interessierte Dritte wird ein neuer Wert geschaffen. Einnahmen werden generiert, indem diese Daten entweder direkt an andere verkauft oder für eigene Zwecke genutzt werden, z.B. um die Wirksamkeit von Werbung zu erhöhen" (BMI Lab 2021)

### **License**

"Die Bemühungen konzentrieren sich auf die Entwicklung von geistigem Eigentum, das an andere Hersteller lizenziert werden kann. Dieses Modell setzt also nicht auf die Verwertung und Nutzung von Wissen in Form von Produkten, sondern versucht, diese immateriellen Güter in Geld zu verwandeln. Dies ermöglicht es einem Unternehmen, sich auf Forschung und Entwicklung zu konzentrieren. Es ermöglicht auch die Bereitstellung von Wissen, das sonst ungenutzt bliebe und möglicherweise für Dritte wertvoll wäre" (BMI Lab 2021).

### **Make more of it**

"Im Unternehmen vorhandenes Know-how und andere verfügbare Ressourcen werden nicht nur für die Entwicklung eigener Produkte genutzt, sondern auch anderen Unternehmen angeboten. Slack-Ressourcen können daher genutzt werden, um zusätzliche Einnahmen zu generieren, neben denen, die direkt aus dem Kernwertangebot des Unternehmens stammen" (BMI Lab 2021).

### **Open Source**

"In der Softwaretechnik wird der Quellcode eines Softwareprodukts nicht proprietär gehalten, sondern ist für jeden frei zugänglich. Generell kann dies für jedes technologische Detail eines Produkts gelten. Andere können zu dem Produkt beitragen, es aber auch als alleiniger Nutzer kostenlos nutzen. Geld wird typischerweise mit Dienstleistungen verdient, die das Produkt ergänzen, wie Beratung und Support" (BMI Lab 2021).

### **Open Business Model**

"Bei offenen Geschäftsmodellen wird die Zusammenarbeit mit Partnern im Ökosystem zu einer zentralen Quelle der Wertschöpfung. Unternehmen, die ein offenes Geschäftsmodell verfolgen, suchen aktiv nach neuen Wegen der Zusammenarbeit mit Lieferanten, Kunden oder Komplementären, um ihr Geschäft zu öffnen und zu erweitern" (BMI Lab 2021).

### **Pay per use**

"Bei diesem Modell wird die tatsächliche Nutzung einer Dienstleistung oder eines Produkts gemessen. Der Kunde zahlt auf der Grundlage dessen, was er tatsächlich verbraucht. Das Unternehmen ist in der Lage, Kunden zu gewinnen, die von der zusätzlichen Flexibilität profitieren wollen und bereit sind, dafür höhere Preise zu zahlen" (BMI Lab 2021).

### **Razor and blade**

"Das Basisprodukt ist billig oder wird kostenlos abgegeben. Die Verbrauchsmaterialien, die für die Nutzung oder den Betrieb benötigt werden, sind dagegen teuer und werden mit hohen Gewinnspannen verkauft. Der Preis des Ausgangsprodukts senkt die Kaufbarriere für den Kunden, während die folgenden wiederkehrenden Verkäufe es querfinanzieren. In der Regel sind diese Produkte technologisch miteinander verbunden, um diesen Effekt noch zu verstärken" (BMI Lab 2021).

### **Robin Hood**

"Das gleiche Produkt oder die gleiche Dienstleistung wird für "die Reichen" zu einem viel höheren Preis angeboten als für "die Armen". Der größte Teil des Gewinns wird also mit dem reichen Kundenstamm erwirtschaftet. Die Bedienung der "Armen" ist nicht per se profitabel, sondern schafft Größenvorteile, die andere Anbieter nicht erreichen können. Außerdem wirkt es sich positiv auf das Image des Unternehmens aus" (BMI Lab 2021).

### **Subscription**

"Der Kunde zahlt eine regelmäßige Gebühr, in der Regel auf monatlicher oder jährlicher Basis, um Zugang zu einem Produkt oder einer Dienstleistung zu erhalten. Während der Kunde in der Regel von niedrigeren Nutzungskosten und allgemeiner Verfügbarkeit des Dienstes profitiert, generiert das Unternehmen einen stetigeren Einkommensstrom" (BMI Lab 2021).

### **White Label**

"Ein White-Label-Hersteller erlaubt es anderen Unternehmen, seine Waren unter ihrer Marke zu vertreiben, so dass es so aussieht, als ob sie von ihm hergestellt worden wären. Ein und dasselbe Produkt oder dieselbe Dienstleistung wird oft von mehreren Vermarktern und unter verschiedenen

Marken vertrieben. Auf diese Weise können die verschiedenen Kundensegmente mit ein und demselben Produkt zufrieden gestellt werden" (BMI Lab 2021).

Diese Auswahl an Geschäftsmodell-Ideen wurde im internen Workshop vorgestellt und die passenden Ideen(kombinationen) für die jeweiligen Bausteine ausgewählt, welche im folgenden Abschnitt präsentiert werden.

### 4.3 Herzgesundheits-Urlaube mit BergFit-Paket

Die erste Connect2Move-Lösung orientiert sich an Urlaubsangeboten von Hotels, welche durch ein Cardio-Paket ergänzt werden. Der Gast kann dieses Cardio-Paket für seinen Aufenthalt buchen und erhält damit einen BergFit-Test inklusive Analyse und Betreuung zu Beginn und am Ende des Urlaubs. Voraussetzung für ein solches Angebot ist, dass in der Region eine 1km-Teststrecke für den BergFit-Test und die entsprechende Betreuung vorhanden ist.

Zahlreiche Hotels haben eigene Wanderführer:innen bzw. arbeiten mit den Wanderführer:innen der Tourismusregion zusammen, um ihren Gästen geführte Wanderungen während ihres Aufenthalts anbieten zu können. Um das Connect2Move-Angebot in den Hotels umsetzen zu können, müssen die dort tätigen Wanderführer:innen zuerst die Connect2Move-Schulung absolvieren. Ist zusätzlich ein 1km-Weg für den BergFit-Test in der Region vorhanden, können die Hotels das Angebot umsetzen. Bei der Anreise erhalten die Gäste Informationen über den BergFit-Test, welchen sie gleich zu Beginn durchführen, um ihre individuelle Fitness zu ermitteln. Der Test kann alleine oder an verschiedenen Terminen mit den Wanderführer:innen durchgeführt werden. Die Hotels haben dann die Möglichkeit, geführte Wanderungen auf ausgewählten Wegen anzubieten, auf denen die Gäste von den Wanderführer:innen zusätzliche Informationen zu ihrem Fitnesslevel, optimaler Gehgeschwindigkeit und gesundheitsfördernden Maßnahmen erhalten. Am Ende des Aufenthalts kann der BergFit-Test wiederholt werden, um das Fitnesslevel zu Beginn und nach dem Wanderurlaub zu vergleichen.


	<p><b>Name:</b> Waltraud Sonnleitner</p> <p><b>Charakteristika:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>54 Jahre</li> <li>verheiratet</li> <li>2 Kinder (22 und 24 Jahre)</li> <li>berufstätig (30h, 4 Tage): Verwaltungsangestellte bei der Gesundheitskasse</li> <li>Wohnort: Salzburg Stadt</li> <li>Eigenschaften: sorgfältig, gewissenhaft, lernbereit, verantwortungsbewusst, ungeduldig, überarbeitet</li> </ul>	<p><b>Alltagsaufgaben (typischer Tagesablauf):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Morgens: schnelles Frühstück je nach Zeit</li> <li>Vormittags: Amtshandlungen dokumentieren, Obst als Snack zwischendurch</li> <li>Mittag: leichte Kost (z.B. Salat, Suppe), nutzt die Zeit für Besorgungen (z.B. Einkäufe)</li> <li>Nachmittag: meist viele Termine, erledigen des Schriftverkehrs; Nervennahrung (z.B. Nüsse, kl. Schoko)</li> <li>Freitag: Haushalt, Yoga-Klasse</li> <li>Abend: Kochen und gemeinsam mit Mann Essen; Fernsehen</li> <li>Wochenende: Wochenendausflüge (z.B. Wandern, Radfahren)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Hobbys:</b> Wandern, Yoga, Kochen, Fotografie</li> <li>gesundheitsbewusst, unternimmt regelmäßige Vorsorgeuntersuchungen, achtet auf ausgewogene Ernährung</li> <li>Natur als Ausgleich zum Alltag, aus der Stadt heraus in die Berge; unternimmt jährlich mit einer Freundin ein verlängertes Wellness-/Gesundheitswochenende</li> <li>besitzt Smartphone, nutzt div. Apps (Whats App f. Nachrichten und Fotos (nicht Smartphone-affin, benötigt Anleitung))</li> </ul>		

Abb. 15: Persona "Gast" (Screenshot Folien interner BM-Workshop 27.11.2021)

#### **Persona "Gast": Waltraud**

Waltraud ist 54 Jahre alt und wohnt mit Ihrem Mann in einer 5-Zimmer-Wohnung in Salzburg. Ihre beiden Kinder sind bereits ausgezogen, kommen aber regelmäßig zu Besuch. Für 30 Stunden die Woche arbeitet sie als Verwaltungsangestellte bei der Gesundheitskasse und ihr beruflicher Hintergrund spiegelt sich auch im Privaten durch ihr ausgeprägtes Gesundheitsbewusstsein wieder. Da ihr Beruf viel Sitzen und Computerarbeit mit sich bringt, achtet sie in ihrer Freizeit darauf, durch Yoga, Spaziergänge und Wanderungen in der Natur einen Ausgleich zu finden. Auch eine ausgewogene Ernährung spielt eine wichtige Rolle in ihrem Leben, wobei sie dem ein oder anderen süßen Snack auch nicht abgeneigt ist. In Hinblick auf Technologien schätzt sich Waltraud eher als

Anfängerin: Sie kennt sich mit grundlegenden Dingen am Smartphone (z.B. Versenden von Nachrichten via Whatsapp) aus, wenn es jedoch komplizierter wird, benötigt sie auch Hilfe oder Anleitung von ihren Kindern. Zum Geburtstag hat sie von ihrer Familie eine Fitnessuhr von Polar bekommen, damit sie ihre körperliche Aktivität mitverfolgen kann. Sie verwendet sie sehr gerne, wenn sie in der Natur unterwegs ist und schaut sich auch täglich ihre zurückgelegte Strecke an. Einmal im Jahr fährt Waltraud mit ihrer langjährigen Freundin Sybille für 3-4 Tage in ein Wellness- oder Gesundheitshotel, um hier wieder neue Kraft zu tanken und die Natur in den Bergen zu genießen. Sie haben zwar ein paar Favoriten, die sie schon öfter besucht haben, suchen sich aber auch gerne neue Hotels aus, um auch andere Regionen kennenzulernen.

### Werteversprechen:

“Unsere Dienstleistung “Cardio-Fitness Paket” ermöglicht dem Gast eine perfekte Balance zwischen Erholung und Aktivität bei einem alpinen Kurzurlaub. Als ein Mehrwert lernt der Gast seinen individuellen Fitnesszustand kennen. Die Dienstleistung hilft dem Gast Alltagsstress zu verringern, fehlende Bewegung zu kompensieren, und sich bewusst mit der eigenen Gesundheit auseinanderzusetzen. Vor allem bei Wanderungen hat der Gast die Möglichkeit den Kopf frei zu bekommen und sich gleichzeitig sportlich zu betätigen. Themen wie Achtsamkeit, bewusste Auseinandersetzung mit der eigenen Gesundheit, Entspannung und Genuss stehen im Zentrum des Kurzurlaubs.”

#### 4.3.1 Geschäftsmodell-Steckbrief Cardio-Paket

<b>Titel der Geschäftsmodell-Idee: Cardio-Urlaubspaket (Add-on und Customer Loyalty)</b>	
<b>Anwendungsbereich</b>	Connect2Move als Teil eines Herzgesundheits-Angebots, buchbar für den Gast im anbietenden Hotel
<b>Art und Umfang des Nutzen für potenzielle Kund:innen</b>	Gesundheits-/Wellness-/Wanderurlaub wird durch Angebot zum BergFit-Test erweitert und bietet den Gästen die Möglichkeit, ihr Belastungsniveau kennenzulernen und sich dementsprechend zu betätigen, damit Verletzungen und Überlastung vermieden werden kann
<b>Art und Umfang des Nutzens des GM für bestehendes oder zu gründendes Unternehmen</b>	Hotels können ihr Gesundheitsangebot erweitern und sich in der Region (bzw. als Regions-Zusammenschluss) als Unterkunft mit Gesundheitsfokus positionieren
<b>Notwendige Realisierungspartner:innen</b>	Ausgewählte Hotels (mit internen Wanderführer:innen oder Kontakt zu Gemeinde-Wanderführer:innen, die die Connect2Move Wanderbuddy-Ausbildung absolviert haben)
<b>Differenzierungsmöglichkeit ggü. Mitbewerber:innen</b>	digitale Komponente, Zusammenarbeit mit Leistungsdiagnostikzentrum / Fitnessstudios

#### 4.4 Schulungskonzept zum “Wander-Buddy”

Der zweite Baustein aus dem Connect2Move-Gesundheitsangebots richtet sich an Personen, welche die Betreuung des Gesundheitsangebots in ihrem Umfeld übernehmen und Herz-Wanderungen durchführen möchten. Es beinhaltet ein umfassendes Training und eine Praxisschulung zur Durchführung von Connect2Move-Wanderungen inklusive Zertifizierung.

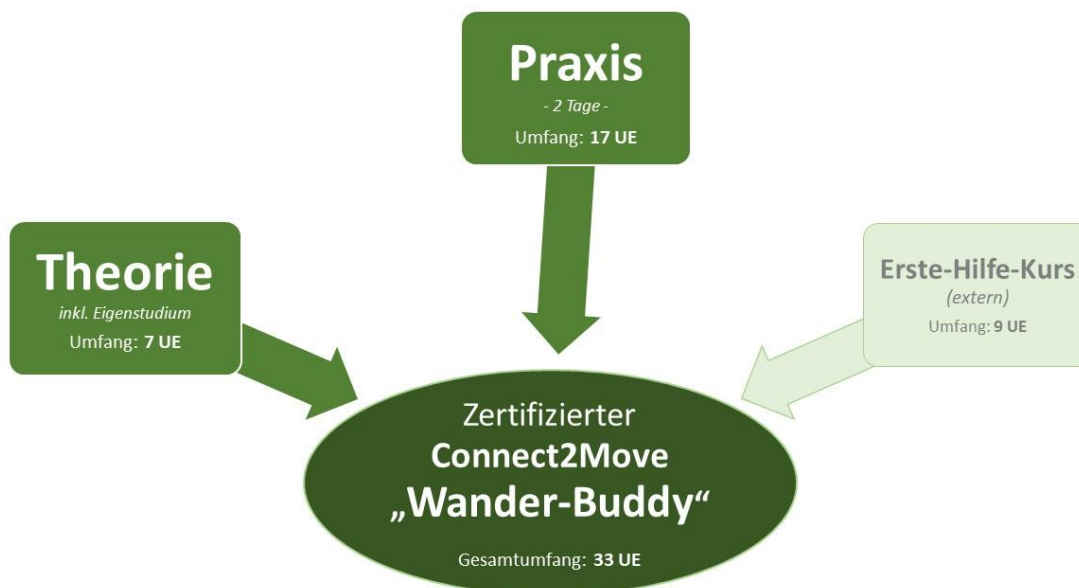


Abb. 16: Gesamtumfang der Schulung zum Connect2Move “Wander-Buddy” (Eisenberger, 2022)

Die Schulung zum zertifizierten Connect2Move “Wander-Buddy” wurde vom Projektkoordinator (Technische Universität München, Lehrstuhl für Präventive Pädiatrie, Fakultät für Sport und Gesundheitswissenschaften, Dr. Birgit Böhm und Laura Eisenberger, MSc) 2021 konzipiert und erstmals durchgeführt. Die Schulung umfasst insgesamt 33 Übungseinheiten (UE) à 45 Minuten, welche sich aus einem theoretischen Teil inkl. Eigenstudium (7 UE) sowie einem zweitägigen Praxisteil (17 UE) zusammensetzen. Nach erfolgreichem Abschluss einer praktischen Lehrprobe sowie einer Prüfung (schriftlich oder mündlich) am Ende der Schulung erhalten die Teilnehmer:innen ein Zertifikat. Die angestrebten Lernergebnisse sind wie folgt:

“Nach erfolgreicher Teilnahme an der Schulung zum Connect2Move “Wander-Buddy” verfügen die Teilnehmer/innen über ein grundlegendes Wissen zum Thema Herz-Kreislauf-Gesundheit und Prävention beim Wandern. Die “Wander-Buddies” sind in der Lage, ihr theoretisch erworbenes Wissen in der Praxis anzuwenden. Darüber hinaus befähigen die in der Praxis erworbenen Kompetenzen den “Wander-Buddy” dazu, die 1km-Teststrecke sowie den 8km-Herzweg selbstständig mit eigenen Kunden/Mitgliedern/Gästen etc. planen, durchführen und auswerten zu können. Der zertifizierte Connect2Move “Wander-Buddy” kann eine auf dem 1km Testweg erbrachte Leistung sportwissenschaftlich analysieren und bewerten.” (Eisenberger, 2021)

Der theoretische Teil der Schulung vermittelt Teilnehmer:innen die Projektziele und Hintergründe von Connect2Move und Informationen zu Herzgesundheit sowie Präventionsmaßnahmen. Zudem erhalten sie einen Einblick in den Gesundheits- und Ausdauersport und lernen die notwendigen sportmedizinischen und sportwissenschaftlichen Grundbegriffe kennen. Der Fokus liegt hier auf dem Wandersport, wobei die Vortragenden besonders auf die kardiovaskulären Risiken am Berg eingehen. In den Praxiseinheiten, welche unter anderem auf den 1km- und 8km Teststrecken durchgeführt werden, erhalten die Teilnehmer:innen grundlegende Informationen über verschiedene Methoden der Herzfrequenzmessung sowie eine technische Einführung in die verwendeten Materialien (z. B. Brustgurt, Fitness-Armband, Oberarmgurt und Applikation). Neben dem didaktischen Konzept, wie Wanderinnen und Wanderer auf den Teststrecken durch Erfassung der subjektiven Belastungseinschätzung begleitet werden können, lernen die Teilnehmer:innen die Auswertung der Testergebnisse und Daten, um diese in Zukunft ihren Kund:innen und Teilnehmer:innen an Herzwanderungen weitergeben zu können. Da es sich bei diesem Angebot um ein Präventionsmaßnahme handelt, welche auch sportwissenschaftlicher Expertise bedarf, sollten die Teilnehmer:innen eine der folgenden Voraussetzungen erfüllen:

- Personen mit Sport bezogener Ausbildung oder Studium
- Personen mit therapeutischer Ausbildung oder Studium
- Personen mit medizinischer Ausbildung oder Studium
- Personen mit Übungsleiterschein(en) oder nachweisbarer praktischer Erfahrung im Verein/Sport
- Zertifizierte oder angehende Trainer:innen oder Übungsleiter:innen
- Personen aus dem Bereich Prävention und Gesundheitsförderung
- sowie alle Sportbegeisterte mit vergleichbarer Expertise


	<p><b>Name:</b> Florian Nagl</p> <p><b>Charakteristika:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 28 Jahre</li> <li>• unverheiratet, keine Kinder</li> <li>• berufstätig (Vollzeit): Fitnesstrainer und Wanderführer (saisonabhängig) - selbstständig</li> <li>• Wohnort: Zell am See</li> <li>• Eigenschaften: sportlich, selbstbewusst, abenteuerlustig, hilfsbereit, motiviert, kommunikativ, ehrgeizig, flexibel, unabhängig</li> </ul>	<p><b>Alltagsaufgaben (typischer Tagesablauf):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• kein strukturierter Tagesablauf, wechselt regelmäßig je nach Einsatz/Buchung/Saison</li> <li>• steht früh auf und war meist vor Arbeitsbeginn schon am Berg</li> <li>• wird an unterschiedlichen Wochentagen in div. Hotels als Fitnesstrainer/Personal coach gebucht</li> <li>• Bietet Gruppen- und Gletschertouren in die umliegenden Berge an</li> <li>• Trifft sich in der Freizeit mit gleichgesinnten FreundInnen, um Sport zu machen</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Hobbys:</b> Kraft- und Ausdauersport Klettern, Skifahren; Teilnahme und Organisation regionaler, sportlicher Wettbewerb, Mitglied im Sportverein</li> <li>• körperbewusst - der ganzheitliche Bewegungsapparat steht bei ihm im Fokus; verbindet Job und Vergnügen</li> <li>• sieht sich als Berater, Motivationsredner und Vorbild</li> <li>• gibt gerne seine Kenntnisse weiter</li> </ul>		

Abb. 17: Persona "Fitnesscoach und Wanderführer" (Screenshot Folien interner BM-Workshop 27.11.2021)

### **Persona "Fitness-Coach und Wanderführer": Florian**

Schon seit seiner Jugend ist Florian ein begeisterter Sportler, weshalb er sich auch für die Ausbildung zum Fitnesstrainer entschlossen hat. Seit dem Abschluss seines Studiums sucht er immer wieder nach Kursen und Ausbildungen, um seine Expertise zu erweitern und seinen



Kund:innen ein breites Angebot anbieten zu können. Neben der Betreuung von Kund:innen im Fitnessstudio in Zell am See, bietet er auch Personal Training und geführte Wanderungen für Gäste in diversen Hotels in der Region (in den Sommermonaten) an. Wenn es um Bewegung und Training geht, ist für ihn ein ganzheitlicher Blick auf die Gesundheit und den Bewegungsapparat wichtig: Er tauscht sich regelmäßig mit Kolleg:innen und auch Ärztinnen und Ärzten aus, um seinen Kund:innen auch wissenschaftliche Grundlagen mitgeben zu können. Mit seiner motivierenden und selbstbewussten Art vermittelt er die Vorteile körperlicher Aktivität und die richtige Durchführung von verschiedensten Sportarten. Sein Ziel ist es, seine Kund:innen langfristig bei der Umsetzung eines gesunden, aktiven Lebensstils zu unterstützen.

#### Werteversprechen:

“Unsere Connect2Move Schulung ermöglicht es Fitnesstrainer:innen und Wanderführer:innen ihren sportwissenschaftlichen Horizont und Aufgabenbereich zu erweitern, indem sie medizinische Zusatzkompetenzen durch ein professionelles Netzwerk erlangen und dadurch ihr (Trainings)Angebot erweitern sowie neue berufliche Herausforderungen angehen können.“

#### 4.4.1 Geschäftsmodell-Steckbrief Schulungskonzept zum “Wander-Buddy”

Titel der Geschäftsmodell-Idee: BergFit Starterpaket	
<b>Anwendungsbereich</b>	Zertifizierte Schulung zum “Wander-Buddy”, um wissenschaftlich fundierte BergFit-Tests und Wanderungen mit Kund:innen durchführen zu können
<b>Art und Umfang des Nutzen für potenzielle Kund:innen</b>	Die Endnutzer:innen haben die Möglichkeit, ihr persönliches Leistungsniveau outdoor zu ermitteln, um dadurch ihre körperlichen Aktivitäten (Wandern) so zu gestalten, dass Verletzungen und Überlastung vermieden werden können
<b>Art und Umfang des Nutzens des GM für bestehendes oder zu gründendes Unternehmen</b>	Durch die Schulung werden Fitnesstrainern, Coaches oder Wanderführer:innen die notwendigen Kompetenzen vermittelt, um den BergFit-Test mit Kund:innen durchzuführen und die anschließenden Wanderungen didaktisch zu begleiten.
<b>Notwendige Realisierungspartner:innen</b>	Connect2Move Team (screening, Qualitätskontrolle), Sportfirmen (wearables, Rabattcodes), ...
<b>Differenzierungsmöglichkeit ggü. Mitbewerber:innen</b>	Die neuartige Messtechnik und personalisierte Auswertung durch den BergFit-Test ermöglicht es, das individuelle Belastungsniveau der Kund:innen in realer Umgebung (Natur) zu ermitteln. Anwender:innen ermöglicht es, Indoor-Tests um eine Outdoor-Komponente zu erweitern und ihre Dienstleistungspalette zu vergrößern

## 4.5 Personalisierte, digitale Wanderkarten nach Herz-Belastungsintensität

Einen weiteren Baustein des Connect2Move-Angebots stellt der im Rahmen des Projekts entwickelte Algorithmus zur Berechnung des individuellen Belastungsniveaus dar. Diese einzigartige Berechnungsmethode, die mit Hilfe der in 4.1.1 beschriebenen Daten das individuelle Belastungsniveau der Wander:innen berechnet, kann von interessierten Online-Wanderkartenanbietern in ihre bestehenden Dienste integriert werden, um so ein weiteres Angebot für ihre Nutzer:innen zu schaffen.

### Persona 3: Online-Tourenportal-Anbieter



**Name:** Rolf Winter

**Charakteristika:**

- 38 Jahre
- verheiratet, 1 Kind (9 Jahre)
- berufstätig (Vollzeit): Geschäftsführer Online-Tourenportal
- Wohnort: Aschau
- Eigenschaften: vielseitig, aktiv, lebensfroh, neugierig, kooperativ, zuverlässig, innovativ

**Alltagsaufgaben (dynamischer Tagesablauf):**

- Morgens: Frühstück mit der Familie; macht das Pausenbrot für den Sohn
- Vormittags: Routineaufgaben Telefonate und Besprechungen (Softwareentwickler & Co.)
- Mittags: nutzt den unternehmensinternen Fitnessraum; nimmt sich das Essen von zu Hause mit
- Nachmittags: Routineaufgaben, Telefonate und Besprechungen
- Wochenende: Ausflüge mit Familie in die Natur

- **Hobbys:** begeisterter Sportler in der Natur (Waldlauf, Mountainbiken, Wandern), technologie-interessiert (Hightech-Lösungen für Visualisierungen), Familie, Reisen
- möchte marktführender Wanderportal-Technologieanbieter sein, wettbewerbsfähig und innovativ
- immer auf der Suche nach Neuem, um sich von der Konkurrenz abzuheben

Abb. 18: Persona "Wanderkarten-Anbieter" (Screenshot Folien interner BM-Workshop 27.11.2021)

Der in Connect2Move entwickelte und pilotierte Algorithmus zur Berechnung der individuellen Fitness auf Grundlage der maximalen Sauerstoffaufnahme (VO<sub>2</sub>max) bietet den Anbietern von Wanderportalen eine weitere Funktion für ihre Nutzer:innen. Durch die Implementierung des Algorithmus in den digitalen Wanderkarten werden den Wander:innen neben den üblichen Informationen (z.B. Dauer der Wanderung, Wegbeschaffenheit, Streckeninformationen) das nach Absolvierung des BergFit-Tests ermittelte Fitnesslevel in den digitalen Karten pro Streckenabschnitt angezeigt (grün = hohes Fitnesslevel, gelb = mittleres Fitnesslevel, rot = niedriges Fitnesslevel). Durch diese Einfärbung können die Wander:innen Rückschlüsse zu ihrer optimalen Gehgeschwindigkeit ziehen, um bei der Wanderung Verletzungen und Überlastung zu vermeiden. Durch Wiederholung des BergFit-Tests können sie zudem auch ihre Fitness vergleichen und bekommen personalisierte Empfehlungen für Wanderrouten, die für ihr Belastungslevel geeignet sind. Wanderkarten-Anbieter erweitern somit ihr Angebot durch einen wissenschaftlich fundierten Test & können sich mit dem Fokus auf Herzgesundheit von der Konkurrenz abheben.

#### **Persona "Wanderkarten-Anbieter": Rolf**

Rolf ist sowohl privat als auch beruflich von Sport und Technologie begeistert. Als Geschäftsführer eines international tätigen Online-Tourenportals verbindet er seine Liebe zur Natur mit seinem technischen Know-How, Routen für Outdoor-Aktivitäten digital aufzubereiten und weitere innovative Dienstleistungen für die Nutzer:innen der Website und App aufzubauen. Er ist stets auf

der Suche nach neuen Diensten und Angeboten, die er mit seinem Team umsetzen und so den Nutzer:innen seines Online-Portals anbieten kann.

#### Wertversprechen:

“Unsere C2M Kartografie für Herzgesundheit ermöglicht App-Anbieter:innen, die ihre Tracking App in Richtung Gesundheit erweitern wollen, sich von der Konkurrenz abzuheben, indem sie personalisierte Empfehlungen von Wanderverhalten und Wanderrouten vorab ermöglichen.“

#### 4.5.1 Geschäftsmodell-Steckbrief digitale Wanderkarte

Titel der Geschäftsmodell-Idee: Digitale Wanderkarte (GM White Label & Experience Selling)	
<b>Anwendungsbereich</b>	Integration des entwickelten Algorithmus zur Messung des individuellen Leistungsniveaus und personalisierte Routen-Empfehlungen in Online-Tourenportale
<b>Art und Umfang des Nutzen für potenzielle Kund:innen</b>	Durch das Absolvieren des BergFit-Tests können längere Wanderrouten anhand des individuellen Leistungsniveaus eingefärbt werden und bieten den Endnutzer:innen eine Übersicht, wie sie ihre Gehgeschwindigkeit auf der Strecke anpassen oder auch Pausen einplanen sollen
<b>Art und Umfang des Nutzens des GM für bestehendes oder zu gründendes Unternehmen</b>	Online-Tourenportale und Anbieter von digitalem Kartenmaterial können ihre Dienstleistung um die personalisierte Empfehlungen von Routen & Gehgeschwindigkeit anhand des individuellen Leistungsniveaus erweitern
<b>Notwendige Realisierungspartner:innen</b>	Software-Entwickler, die Algorithmus in digitales Kartenmaterial einbetten; digitale Wanderkarten-Anbieter, die Auswertung auf ihrer Seite ermöglichen; Gemeinden/Regionen, die BergFit-Test anbieten und entsprechende Wanderrouten haben
<b>Differenzierungsmöglichkeit ggü. Mitbewerber:innen</b>	Anders als bei bestehenden Apps und Portalen, in denen Auskünfte über die Leistung und Belastung erst nach Absolvierung der sportlichen Aktivität gegeben werden können, liefert der in C2M entwickelte Algorithmus (nach Absolvierung des BergFit-Tests) bereits vor der eigentlichen Wanderung bzw. sportlichen Aktivität Informationen über die Route

#### 4.6 Leitfaden zur Implementierung eines Herz-Wanderweges

Das Herzstück der neu entwickelten Gesundheitsdienstleistung für Regionen, Gemeinden und Städte stellt der Leitfaden zur Implementierung des 1km-Testwegs dar. Es dient den Verantwortlichen in Tourismusregionen oder Institutionen als Leitfaden zur nachhaltigen und langfristigen Implementierung des Konzepts in ihren Regionen, um ihr Angebot zu erweitern. Das Handbuch

beinhaltet die Beschreibung des Konzepts und der Durchführung des 1km-BergFit-Tests, die entwickelten Konzept für die Pilotregionen Werfenweng und Aschau im Chiemgau, sowie Empfehlungen und die Anleitung der Implementierung des Weges für interessierte Regionen.

Durch die Verschriftlichung der Arbeitsschritte des Projekts, der Bausteine und der Konzepte der Pilotregionen, sollen interessierte Gemeinden und Einrichtungen einen Leitfaden erhalten, um die Connect2Move-Bausteine in ihrer Region umsetzen zu können.

## Persona 4: aktive Mobilitäts-/Gesundheitsbeauftragte



**Name:** Johanna Huber

**Charakteristika:**

- 40 Jahre
- verheiratet, keine Kinder
- berufstätig (Vollzeit): aktive Mobilitäts- und Gesundheitsbeauftragte der Region Salzkammergut
- Wohnort: Bad Ischl
- Eigenschaften: organisiert, belastbar, durchsetzungsfähig, fair, gewissenhaft

**Alltagsaufgaben (typischer Tagesablauf):**

- Morgens: startet früh in den Tag, geht bis zu einer Stunde mit dem Hund spazieren
- Vormittag: Startet mit Routineaufgaben in den Tag (Datenbank, E-Mail Verkehr, Abstimmungsmeetings)
- Mittag: Genießt ein gesundes Mittagessen mit den Kolleg:innen
- Nachmittag: oft Veranstaltungen oder Meetings zur Umsetzung neuer Ideen bzw. Instandhaltung bestehender Angebote der Region, Austausch mit Stakeholder vor Ort
- Abends: Gemütlicher Ausklang mit Sport, nimmt sich abends viel Zeit um mit Ehemann zu kochen und den Tag auch gemeinsam mit Freunden ausklingen zu lassen

- **Hobbys:** Reisen, Besuch div. Kulturangebote wie Theater und Museen, Ausflüge in die Natur
- sucht stets nach innovativen Ideen, um das Salzkammergut als nachhaltige und attraktive Region im Tourismus zu positionieren
- sieht Digitalisierung im Gesundheits- und Tourismusbereich als Chance

Abb. 19: Persona "Gesundheitsbeauftragte" (Screenshot Folien interner BM-Workshop 27.11.2021)

### **Persona "Gemeinde": Johanna**

Als Mobilitäts- und Gesundheitsbeauftragte hat Johanna die Aufgabe, die Tourismusregion Salzkammergut als attraktive und nachhaltige Urlaubsregion zu positionieren. Sie genießt es selbst in ihrer Freizeit, in einer Region zu leben, die viele Ausflugsziele in der Natur und Kulturangebote zu bieten hat und diese Passion kann sie auch in ihrem Beruf entfalten. Johanna ist stets auf der Suche nach innovativen Ideen, die verschiedene Zielgruppen in das Salzkammergut locken können. Ihr Ziel es, die Angebote langfristig in der Region zu verankern, weshalb ein detaillierter Umsetzungs- und Finanzierungsplan besonders wichtig ist, um auch die nötige Unterstützung seitens der verantwortlichen Personen der Region zu erhalten. Da sie sowohl privat als auch beruflich viel in der Region unterwegs ist, kennt sie auch die notwendigen Personen, die ihr bei der Umsetzung von neuen Angeboten helfen können. Sie kann den Nutzen der verschiedenen Angebote gut präsentieren und durch ihre organisierte und faire Art arbeiten die Stakeholder in der Region auch sehr gerne mit ihr zusammen.

### **Wertversprechen:**

"Unser Leitfaden zur Implementierung des 1km-Weges und Herz-Wanderwegen unterstützt Gemeinden und Regionen, die ein neues, gesundheitsförderndes Angebot in ihre Region bringen wollen, indem durch die genaue Beschreibung der Installation und Umsetzung die Umsetzungsbarrieren verringert werden und somit die Grundlage für die Etablierung neuer Angebote in der Region geschaffen wird."

#### 4.6.1 Geschäftsmodell-Steckbrief Handbuch

Titel der Geschäftsmodell-Idee: <b>BergFit-Test (Open Business Model &amp; Customer Loyalty)</b>	
<b>Anwendungsbereich</b>	Nutzung des Leitfadens zur Implementierung des C2M-Konzeptes in der Region: Grundlage für die Umsetzung von neuen Angeboten
<b>Art und Umfang des Nutzen für potenzielle Kund:innen</b>	Gästen und Personen aus der Region bietet der Weg zahlreiche Nutzungsmöglichkeiten. Gäste können ihren Wanderurlaub nach ihrem individuellen Belastungsniveau planen und bekommen einen Anreiz, wieder in die Region zu kommen (Fitness-Vorher-Nachher-Test) oder eine Partnerregion zu besuchen, die ebenfalls den BergFit-Test anbietet
<b>Art und Umfang des Nutzens des GM für bestehendes oder zu gründendes Unternehmen</b>	Gemeinden und Regionen können durch die Installation des 1km-Weges inkl. BergFit-Test und den Aufbau des "Rundum-Angebots" von Connect2Move neue Angebote offerieren und sich so von anderen Tourismusregionen abheben und sich als gesundheitsbewusste Region positionieren
<b>Notwendige Realisierungspartner:innen</b>	Stakeholder, die für die erfolgreiche Umsetzung vor Ort notwendig sind (kann je nach Fokus der Region variieren), z.B. Gemeinde, Tourismusbüros, Kliniken, Wellness-/Gesundheitseinrichtungen, Grundstücksbesitzer:innen, Hotels, Unterkunftsanbieter, Wanderführer:innen, Sportgeschäfte, ..
<b>Differenzierungsmöglichkeit ggü. Mitbewerber:innen</b>	BergFit-Test bietet Gemeinden und Regionen die Möglichkeit, sich als gesunde Tourismusregion zu positionieren (Alleinstellungsmerkmal, Marketing)

## 5. Zusammenfassung

Der Überblick der bereits bestehenden Angebote rund um das Thema Bewegung und Herzgesundheit (Kapitel 3) zeigt bereits auf, dass es sich hierbei um aufstrebendes Thema handelt. Gesundheitsförderung und die Stärkung des Gesundheitsbewusstseins stehen im Mittelpunkt, meistens in der Gruppe und häufig auch unter wissenschaftlicher bzw. ärztlicher Betreuung. Zusammenfassend kann gesagt werden, dass der Einsatz von Technologien bei solchen Herzgesundheits-Angeboten noch am Anfang steht und großes Potenzial für weitere Dienstleistungen bietet. Ebenso hervorzuheben ist die Notwendigkeit, dass verschiedene Stakeholder für die erfolgreiche und langfristige Implementierung solcher Angebote zusammenarbeiten müssen.

Durch die Betrachtung der vielen verschiedenen Best Practice Beispiele kann aber auch klar der USP (Unique Selling Proposition) von Connect2Move definiert werden. Die Entwicklung des **wissenschaftlich validierten Algorithmus zur Berechnung der Herzfitness** (auf Grundlage der VO<sub>2</sub>max), welcher in den 1km-BergFit-Test einfließt, bietet Nutzer:innen eine personalisierte Analyse

ihrer Bergfitness ohne aufwändige Messungen in Indoor-Laboren. Für Nutzer:innen bietet sich langfristig der Mehrwert, auf Basis der Berechnung der individuellen Fitness Empfehlungen für längere (Beispiel Pilotregion Werfenweng und Aschau im Chiemgau: 8km) Wanderungen in der Region zu erhalten. Neben dem Einsatz von Pulsmessgeräten erhält das Angebot wiederum durch die Berechnung und Visualisierung in bestehenden Online-Wanderkarten eine digitale Komponente, welche das Angebot von anderen abhebt.

Alle Entwicklungen und Aktivitäten, die während der Projektlaufzeit (01/2020 - 06/2022) durchgeführt wurden, werden im Detail in “D1.1.1 NutzerInnen-Bedarfsanalyse für digital unterstützte Cardio-Dienstleistungen” und “D1.1.2 Stakeholder-Integration und Open Innovation Aktivitäten” beschrieben. Der in Kapitel 4.6 beschriebene Leitfaden zur Implementierung des Connect2Move Gesundheitsangebotes in Tourismusregionen ist für interessierte Personen ebenfalls auf der Website <https://connect2move-wandern.eu> zugänglich.

## 6. Literatur

Adamer-König, E.; Illing, K. und Amort, F.M. (2018). Demographie und Epidemiologie als Determinanten des Gesundheitstourismus 2030. In: Heise, P. und Axt-Gadermann, M. (Hrsg.). Sport- und Gesundheitstourismus 2030. Wie die "Generation plus" den Markt verändert. Springer Gabler, Wiesbaden.

Business Modell Innovation Lab, Geschäftsmodell-Karten, <https://bmilab.com/pattern-cards-deutsch>

Borg, G. (1970). Perceived exertion as an indicator of somatic stress. *Scand J Rehabil Med* 2 (2):92-98

Bowler, D. E., Buyung-Ali, L. M., Knight, T. M., & Pullin, A. S. (2010). A systematic review of evidence for the added benefits to health of exposure to natural environments. *BMC public health*, 10, 456. <https://doi.org/10.1186/1471-2458-10-456>

Ewert, A. W., Mitten, D., & Overholt, J. (2014). *Natural environments and human health*. CABI.

Hartig, T., Mitchell, R., Vries, S. d., & Frumkin, H. (2014). Nature and health. *Annual review of public health*, 35, 207–228. <https://doi.org/10.1146/annurev-publhealth-032013-182443>

Heise, P. und Axt-Gadermann, M. (2018). Sport- und Gesundheitstourismus 2030. Wie die "Generation plus" den Markt verändert. Springer Gabler, Wiesbaden.

Institute of BBrand Logic

<https://www.brand-logic.com/aktuelles/tourismusbranche-erwartet-langfristige-auswirkungen-der-coronakrise/>

Li, G., Li, J., & Gao, F. (2020). Exercise and Cardiovascular Protection. *Advances in experimental medicine and biology*, 1228, 205–216. [https://doi.org/10.1007/978-981-15-1792-1\\_14](https://doi.org/10.1007/978-981-15-1792-1_14)

Mitten, D. (2009). Under our noses: the healing power of nature. *Taproot Journal*, 19(1), 20–26.

Mutz, M., & Müller, J. (2016). Mental health benefits of outdoor adventures: Results from two pilot studies. *Journal of adolescence*, 49, 105–114. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.03.009>

Nordbø, I., & Prebensen, N. K. (2015). Hiking as Mental and Physical Experience. In J. S. Chen (Ed.), *Advances in Hospitality and Leisure* (Vol. 11, pp. 169–186). Emerald Group Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/s1745-354220150000011010>

Obier, C. (2017). Gesundheits- und Fitnesstracking: Touristische Perspektiven des Internet of Medical Things. Blogbeitrag (basierend auf Vortrag der OutdoorActive Conference am 28.09.2017). Verfügbar unter:

<https://gesundheit-tourismus-blog.com/2017/10/02/gesundheits-und-fitnesstracking-die-perspektive-n-des-internet-of-medical-things-fuer-den-gesundheitstourismus> (letzter Zugriff am 16.12.2021)

Rulle, M.; Hoffmann, W. und Kraft, K. (2010). Erfolgsstrategien im Gesundheitstourismus. Analyse zur Erwartung und Zufriedenheit von Gästen. Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG, Berlin.

Wen, C. P. et al. (2011). Minimum amount of physical activity for reduced mortality and extended life expectancy: a prospective cohort study. In: *Lancet* 2011, 378: p. 1244-1253

WKO, Wirtschaftskammer Österreich (2015). Zukunftsmarkt Gesundheit. Trends und Handlungsempfehlungen für Ihr Unternehmen.

[https://www.wko.at/service/unternehmensfuehrung-finanzierung-foerderungen/Zukunftsmarkt\\_Gesundheit.pdf](https://www.wko.at/service/unternehmensfuehrung-finanzierung-foerderungen/Zukunftsmarkt_Gesundheit.pdf)



## 7. Anhang

### 7.1 Übersicht möglicher Geschäftsmodelltypen (nach Business Modell Innovation Lab, 2021)

#### **Add-on**

“The core offering is priced competitively, but there are numerous extras that drive the final price up. In the end, the customer pays more than he or she initially assumed. Customers benefit from a variable offer, which they can adapt to their specific needs” (BMI Lab 2021).

#### **Customer Loyalty**

“Customers and their loyalty are retained by providing them value beyond the actual product or service itself, i.e. through incentive-based programs. The goal is to increase loyalty by creating an emotional relationship or simply rewarding it with special offers. Customers are voluntarily bound to the company, which protects future revenue” (BMI Lab 2021).

#### **Digitalization**

This pattern relies on the ability to turn existing products or services into digital variants, thus offering advantages over tangible products, e.g. easier and faster distribution. Ideally, the digitalization of a product or service is realized without harnessing the value proposition which is offered to the customer” (BMI Lab 2021).

#### **Experience Selling**

“The value of a product or service is increased with the customer experience offered with it. This opens the door for higher customer demand and commensurate increase in prices charged. This means that the customer experience must be adapted accordingly, e.g. by attuning promotion, shop, etc.” (BMI Lab 2021).

#### **Freemium**

“The basic version of an offering is given away for free, with the hope of eventually persuading the customer to pay for the premium version later on. The free offering is able to attract the highest amount of customers possible for the company. The generally smaller amount of paying “premium customers” generate the revenue, which also cross-finances the free offering” (BMI Lab 2021).

#### **Leverage**

##### **Customer Data**

“New value is created by collecting customer data and preparing it in beneficial ways for the internal usage or interested third parties. Revenues are generated by either selling this data directly to others or leveraging it for own purposes, i.e. to increase the effectiveness of advertisements” (BMI Lab 2021)

##### **License**

“Efforts are focused on developing intellectual property that can be licensed to other manufacturers. This model, therefore, does not rely on the realization and utilization of knowledge in the form of

products, but attempts to transform these intangible goods into money. This allows a company to focus on research and development. It also allows the provision of knowledge, which would otherwise be left unused and potentially be valuable to third parties” (BMI Lab 2021).

#### **Make more of it**

“Know-how and other available assets existing in the company are not only used to build own products, but also offered to other companies. Slack resources, therefore, can be used to create additional revenue besides that which is generated directly from the core value proposition in the company” (BMI Lab 2021).

#### **Open Source**

“In software engineering, the source code of a software product is not kept proprietary, but is freely accessible for anyone. Generally, this could be applied for any technology details of any product. Others can contribute to the product, but also use it free as a sole user. Money is typically earned with services that are complementary to the product, such as consulting and support” (BMI Lab 2021).

#### **Open Business Model**

“In open business models, collaboration with partners in the ecosystem becomes a central source of value creation. Companies pursuing an open business model actively search for novel ways of working together with suppliers, customers, or complementors to open and extend their business” (BMI Lab 2021).

#### **Pay per use**

“In this model, the actual usage of a service or product is metered. The customer pays on the basis of what he or she effectively consumes. The company is able to attract customers that want to benefit from the additional flexibility, which they are willing to pay higher prices for” (BMI Lab 2021).

#### **Razor and blade**

“The basic product is cheap, or given away for free. The consumables that are needed to use or operate it, on the other side, are expensive and sold at high margins. The initial product’s price lowers the customer’s barriers to purchase, while the following recurring sales cross-finance it. Usually these products are technologically bound to each other to further enhance this effect” (BMI Lab 2021).

#### **Robin Hood**

“The same product or service is provided to “the rich” at a much higher price than to “the poor”. Thus, the main bulk of profits are generated from the rich customer base. Serving “the poor” is not profitable per se, but creates economies of scale which other providers cannot achieve. Additionally, it has a positive effect on the company’s image” (BMI Lab 2021).

#### **Subscription**

“The customer pays a regular fee, typically on a monthly or annual basis, in order to gain access to a product or service. While customers usually benefit from lower usage costs and general service availability, the company generates a more steady income stream” (BMI Lab 2021).

**White Label**

“A white label producer allows other companies to distribute its goods under their brands, so that it appears as if they are made by them. The same product or service is often sold by multiple marketers and under different brands. This way, the various customer segments can be satisfied with the same product” (BMI Lab 2021).