

ZUGANGSKRITERIEN VERMARKTUNG VITALURLAUB IN SACHSEN

Ausgangssituation

In der „Tourismusstrategie Sachsen 2025“ ist das Thema „Kur-, Gesundheit- und Wellnesstourismus“ im Handlungsfeld 3 an mehreren Stellen verankert. In der neuen Strategie der TMGS ist der „Vitalurlaub“ als Kommunikationsthema definiert.

Der Begriff „Vitalurlaub“ wird nach wie vor für Sachsen beibehalten, da er die Verbindung / Kombination zu bzw. mit Aktivurlaub und Kultururlaub ermöglicht. Es hat sich in den vergangenen Jahren gezeigt, dass sich diese Strategie am Markt bewährt hat.

Für die Anbieter im Bereich Vitalurlaub werden für die Vermarktung auf Landesebene einmalige Zugangskriterien formuliert. Dabei steht das Grundprinzip „Klasse statt Masse“ weiterhin im Vordergrund.

Die Kriterien werden als Selbsteinschätzung abgefragt und dann einmalig vor Ort begutachtet. Wichtig ist dabei, dass die Anbieter über Beratungsgespräche oder die Teilnahme an AG-Beratungen, Workshops etc. mit der TMGS im Austausch sind und sich somit auch fachlich weiterentwickeln können.

Für eine umfassende Zertifizierung im Bereich Wellness wird auf die deutschlandweiten Zertifizierungen der Wellness Starts Deutschland sowie des Deutschen Wellness Verbandes verwiesen.

Ablauf:

Bei einer Betriebsbegehung mit Ihnen werden die Kriterien überprüft und im Anschluss ein Protokoll erstellt. Nach erfolgreicher Prüfung werden Sie durch die TMGS im Bereich Vitalurlaub vermarktet.

Kosten: (Nettopreise):

Prüfungsgebühr einmalig: 120,00 Euro

Der jährliche Marketingbeitrag für geprüfte Partnerbetriebe beträgt für:

- Beherbergungsbetriebe 350,00 Euro
- Bäder /Thermen 350,00 Euro

Darin sind enthalten:

- Urkunde/Plakette zur Kennzeichnung des Betriebes
- Eintrag im Angebotsbeileger »Vitalurlaub in Sachsen« (Grundeintrag 1/4 Seite)
- Kurzdarstellung im Internet der TMGS mit Verlinkung zum Betrieb
- Beteiligungsmöglichkeiten an Marketingmaßnahmen
- Interne Informationsunterlagen / Marktforschungen

Anhang:

Zugangskriterien Beherbergungsbetriebe
Zugangskriterien Bäder/Therme

Kontakt:

TMGS Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH
Petra Sobeck
Produktmanagerin Vitalurlaub
sobeck.tmgs@sachsen-tour.de
Tel.: 0351 / 4917012

ZUGANGSKRITERIEN VERMARKTUNG VITALURLAUB IN SACHSEN

Beherbergungsbetriebe

- Klare strategische Profilierung und Zielgruppenansprache im Gesundheits- oder Wellness-tourismus
- Zusammenarbeit mit Kommune/DMO und anderen Leistungsträgern (z.B. Therme, Kurmittelhaus...) bei Pauschalen, Veranstaltungen, PR, Information...
- Der Anbieter hat sich mit den Themen Barrierefreiheit und Nachhaltigkeit als Komfort- und Qualitätsmerkmal auseinandergesetzt und hat ggf. geeignete Angebote, wie die barrierefreie Zugänglichkeit sowie sensorische Angebote von der TMGS (Projektkoordination „Sachsen Barrierefrei“) vor Ort prüfen lassen.
- Die Einbindung und Kennzeichnung der barrierefreien und nachhaltigen Angebote in den Printmedien und auf der eigenen Internetseite sowie Sensibilisierungs- und Schulungsmaßnahmen der Mitarbeiter sind darüber hinaus wünschenswert.
- Aktuelles Informationsmaterial (Print) und eine ansprechend gestaltete Website (zusätzlich in mind. einer Fremdsprache z.B. englisch).
- Kriterien für Website, Verlinkungen, Bewertungen z.B.:
 - Mobile Optimierung der Website
 - Aktive Pflege des Google-MyBusiness Eintrages
 - Verfügbarkeitsprüfung und/oder Online-Buchbarkeit über eigene Website und/oder externe Kanäle
 - Verlinkung zu www.sachsen-tourismus.de
- mindestens 3-Sterne-Standard
- sehr gute Qualität der Anlagen
- mind. 2 Gesundheits- oder Wellness-einrichtung sind im oder direkt am Haus vorhanden (z.B. Sauna, Hallenbad, beheizter Außenpool, Whirlpool, Bewegungsbecken, Wannen oder Zuber für Wellness-Bäder)
- Attraktiver Ruhe- und Entspannungsbereich mit ausreichender Anzahl an Liegen
- Gastronomiebereich ist vorhanden
- Vielfalt gesunder Ernährung: regionale Angebote werden einbezogen
- Qualifiziertes Personal führt Wellness Anwendungen durch
- Einbeziehung von Natur / Aktivangeboten oder Kulturangeboten
- Verschiedene Wellness- und Entspannungsangebote (z.B. Massagen, Kurse)
- Wenn vorhanden: Angebote der natürlichen Heilmittel und Kurmittelanwendungen für den Gesundheitstourismus einbeziehen

ZUGANGSKRITERIEN VERMARKTUNG VITALURLAUB IN SACHSEN

Bäder/Therme

- Klare strategische Profilierung und Zielgruppenansprache im Gesundheits- oder Wellness-tourismus
- Zusammenarbeit mit Hotels/Kommune/DMO (z.B. bei Pauschalen, Veranstaltungen, Weiterbildungen, PR, Information...)
- Der Anbieter hat sich mit den Themen Barrierefreiheit und Nachhaltigkeit als Komfort- und Qualitätsmerkmal auseinandergesetzt und hat ggf. geeignete Angebote, wie die barrierefreie Zugänglichkeit sowie sensorische Angebote von der TMGS (Projektkoordination „Sachsen Barrierefrei“) vor Ort prüfen lassen.
- Die Einbindung und Kennzeichnung der barrierefreien und nachhaltigen Angebote in den Printmedien und auf der eigenen Internetseite sowie Sensibilisierungs- und Schulungsmaßnahmen der Mitarbeiter sind darüber hinaus wünschenswert.
- Aktuelles Informationsmaterial (Print) und eine ansprechend gestaltete Website (zusätzlich in mind. einer Fremdsprache z.B. englisch).
- Kriterien für Website, Verlinkungen, Bewertungen z.B.:
 - Mobile Optimierung der Website
 - Aktive Pflege des Google-MyBusiness Eintrages
 - Verfügbarkeitsprüfung und/oder Online-Buchbarkeit über eigene Website und/oder externe Kanäle
 - Verlinkung zu www.sachsen-tourismus.de
- Sehr gute Qualität der Anlagen
- Im Badebereich gibt es mindestens ein Hauptbecken mit gesundheitsorientierten Wasserattraktionen.
- Es gibt mindestens 2 verschiedene Saunen und/oder Dampfbäder sowie Abkühlungseinrichtungen.
- Der Anwendungsbereich bietet mindestens 2 verschiedene Behandlungsformen (z.B. Massagen, Wannenbäder, Packungen...).
- Attraktiver Ruhe- und Entspannungsbereich mit ausreichender Anzahl an Liegen
- Gastronomiebereich ist vorhanden
- Vielfalt gesunder Ernährung: regionale Angebote werden einbezogen
- Qualifiziertes Personal führt Wellness Anwendungen durch
- Einbeziehung von Natur / Aktivangeboten oder Kulturangeboten
- Wellness- und Entspannungsangebote (z.B. Massagen, Kurse)
- Wenn vorhanden: Angebote der natürlichen Heilmittel und Kurmittelanwendungen für den Gesundheitstourismus einbeziehen