



Masterplan Gesundheitsregion Mecklenburgische Seenplatte

gesund! LEBEN

„Auf dem Weg zur ‚Gesunden Region‘ Mecklenburgische Seenplatte“

REGIONALER PLANUNGSVERBAND
MECKLENBURGISCHE SEENPLATTE
c/o Amt für Raumordnung und Landesplanung
Mecklenburgische Seenplatte
Beseritzer Straße 11
17034 Neubrandenburg
Tel.: 0395 777 551-100
Fax: 0395 777 551-101
E-Mail: poststelle@afrlms.mv-regierung.de

animare projektmanagement tourism
Rosa-Luxemburg-Str. 14
18055 Rostock
Tel.: 0381 4404949
Fax: 0381 4404949
www.animare.net
info@animare.net

1 gesund! Leben – Masterplan „Auf dem Weg zur ‚Gesunden Region‘ Mecklenburgische Seenplatte

Die Region Mecklenburgische Seenplatte plant die Stärkung und Weiterentwicklung der Gesundheitswirtschaft. Dabei soll an den Masterplan Gesundheitswirtschaft Mecklenburg-Vorpommern 2010 angeknüpft werden. Die in den vorangegangenen Kapiteln ausführlich beschriebene Bestandsaufnahme sowie Stärken- und Schwächen-Analyse in den einzelnen Feldern der Gesundheitswirtschaft sollte die Potenziale eruieren, die die Mecklenburgische Seenplatte als Region im Binnenland besitzt und vor welchen Herausforderungen sie steht, um mit den fortgeschrittenen Entwicklungen an der Ostseeküste mithalten zu können.

Die zusammengetragene Gesamtschau der Gesundheitswirtschaft der Mecklenburgischen Seenplatte unter besonderer Berücksichtigung der gesundheitsbezogenen und -relevanten Infrastruktur, Akteure, Produkte, Netzwerke und Initiativen gibt ein erstes Bild darüber, wo die Region steht und welche Potenziale weiter zu entwickeln sind.

Die darauf aufbauende Strategie soll nun eine Orientierung zur weiteren Entwicklung der Gesundheitswirtschaft der Mecklenburgischen Seenplatte geben, Kernkompetenzen für eine sinnvolle Ergänzung der Potenziale des Landes Mecklenburg-Vorpommern definieren sowie Handlungsfelder und erste Maßnahmenvorschläge festlegen, die es später in konkreten Projekt-vorschlägen mit regionalen Akteuren weiter zu entwickeln gilt.

Mit dem Bekenntnis zum Ausbau dieses Wirtschaftszweiges setzt die Planungsregion Mecklenburgische Seenplatte ein wichtiges Zeichen bezüglich der Neuausrichtung und Stärkung der Regionalentwicklung. Dabei sollen Netzwerke und Produkte sowie Marketingaktivitäten eine sinnvolle Ergänzung zur landesweiten gesundheitswirtschaftlichen Initiative darstellen und in das Landesmarketing eingebettet werden.

Zur Diskussion der Potenziale, Herausforderungen, künftigen Handlungsfelder und strategischen Entwicklungslinien fand am 05.11.2007 ein Workshop mit Beteiligung von verschiedenen regionalen Akteuren der Mecklenburgischen Seenplatte statt. Die Ergebnisse dieses Workshops sollen an dieser Stelle kurz dargestellt werden, um die Stärken, Schwächen, Potenziale und Herausforderungen aus der Innensicht der Region zu beschreiben.

TABELLE 1: STÄRKEN DER GESUNDHEITSWIRTSCHAFT IN DER PLANUNGSREGION MECKLENBURGISCHE SEENPLATTE

Stadt / Land	<ul style="list-style-type: none"> › Günstige klimatische Faktoren (Luftqualität) sowie hohe Wasserqualität › Naturpotenziale und Landschaft › Ursprünglichkeit und Natürlichkeit › Platz und Weite › Natur pur >> Ruhe › Heterogenität der Landschaft und Natur >> weiter profilieren
Landwirtschaft	<ul style="list-style-type: none"> › Landwirtschaftliche Produzenten (Tier/ Pflanze/ Veredelung) › Bioproduktemarkt › Forschungseinrichtungen vorhanden / nutzbar (z.B. Bioprodukte usw.)
Vernetzung	<ul style="list-style-type: none"> › Medical Wellness Park als erste Initiative › Etablierte Landesinitiative
Tourismus	<ul style="list-style-type: none"> › Gute touristische Infrastruktur › Einige „Exoten“ (Anbieter mit Alleinstellungsmerkmalen) › Erste Angebote für den Selbstzahlermarkt › Radfahren, Wandern, Wasserwandern als Einstieg in den Gesundheitstourismus
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> › Marketingwege sind teilweise vorhanden und können genutzt werden › Marketing der einzelnen Kliniken gut › Imagevorteil: MSP als beliebteste Radfahrregion
Qualifikation	<ul style="list-style-type: none"> › Medizinische Kompetenz (Kliniken etc.) › Fachkräfte (z.B. Bewegung / Sport)
Zeitpunkt	<ul style="list-style-type: none"> › Stunde Null als Zeitpunkt der richtigen Weichenstellung

Quelle: Diskussionsergebnisse des Workshops am 05.11.2007

Die Stärken der Mecklenburgischen Seenplatte liegen eindeutig im Naturraumpotenzial und den günstigen klimatischen Faktoren, die Basis für eine gesunde Region sind. Außerdem wurde die Bedeutung der vorhandenen landwirtschaftlichen Produzenten und deren Angebot an Regionalprodukten hervorgehoben. Die gut entwickelte touristische Infrastruktur sowie Angebote im Aktivtourismus bieten Voraussetzungen zur Einführung weiterer gesundheits-touristischer Angebote. Einzelne Anbieter haben mit ihren Produkten für den Selbstzahlermarkt bereits Leuchtturmcharakter, andere Projekte sind noch in der Planung. Die Entwicklung von Angeboten kann sich auf medizinische Fachkompetenz in den Kliniken und Rehaeinrichtungen sowie auf Fachkräfte im Bereich Sport stützen.

Neben dem etablierten Kuratorium Gesundheitswirtschaft Mecklenburg-Vorpommern, in dem auch einzelne Akteure aus der Mecklenburgischen Seenplatte vertreten sind, existiert bereits mit dem Medical Wellness Park Mecklenburgische Seenplatte eine erste regionale Initiative. Damit sind die Weichen gestellt, die Gesundheitswirtschaft auszubauen.

TABELLE 2: SCHWÄCHEN DER GESUNDHEITSWIRTSCHAFT IN DER PLANUNGSREGION MECKLENBURGISCHE SEENPLATTE

Unklares Profil		Definition „Wellness“ austauschbar		keine Tradition in der Region
große regionale Unterschiede		große Konkurrenz		
Gesundheitsprävention	Finanzen	Kooperation	Service/ Qualität	Marketing / Vermarktung
Präventionsangebote	Geringe Eigenkapitalquote der Unternehmen	Mangel an Kooperationsangeboten - bereitchaft	Preis-/ Leistungsverhältnis stimmt nicht	Fehlende Kenntnisse über Zielgruppen
Bereitstellung finanzieller Mittel	Geringe Investitionen	Überregionale Vernetzung fehlt	Servicequalität	Marketing noch nicht genügend
Noch ungenügende Finanzierung von „Medical Wellness“ durch Krankenkassen	Hoher Fördermittelbedarf	Mangelhafte regionale Vernetzung - Kliniken - Hotellerie - Krankenkassen	Qualifizierung von Unternehmen / Anbietern	Fehlende Kommunikation der (Präventions-) Angebote
Mangel an Allgemeinmedizinern	Wertschöpfung wird außerhalb der Region generiert	Vernetzungsprozesse nicht von „innen“ heraus	Geringe Löhne >> Serviceproblem	Fehlende Informationsplattform / Zugang zu Infos
Ausbildungs-/ Fortbildungsangebot		Vernetzte Händlerstruktur für Bioprodukte fehlt	Unterfinanzierung >> Qualitätsmängel	Landesmarketing / BioCon Valley: Ausstrahlung in die Region fehlt
			Probleme im Bereich „Spitzenkräfte“	Zu schwache Identifikation der LT mit der Gesundheitswirtschaft/ -tourismus

Quelle: Diskussionsergebnisse des Workshops am 05.11.2007

Schwächen der Region liegen insbesondere in fehlenden Finanzen sowohl der öffentlichen Hand als auch der Unternehmen selbst, die eine zu geringe Eigenkapitaldecke besitzen, um für größere Investitionen entsprechende Eigenmittel einzubringen zu können.

Gleichzeitig mangelt es an Kooperationsangeboten als auch (aufgrund des hohen Wettbewerbedrucks) an der Bereitschaft, mit anderen Leistungsträgern zusammen zu arbeiten. Eine überregionale Vernetzung fehlt nahezu völlig. Auch die regionale Vernetzung, z.B. zwischen Kliniken, der Hotellerie und Krankenkassen u.a. wurde als mangelhaft bezeichnet.

Die Leistungsträger der Region haben sich noch nicht auf die Möglichkeiten eingestellt, die ihnen eine Entwicklung der Gesundheitswirtschaft, insbesondere des Gesundheitstourismus eröffnet. Es fehlt an einer Identifizierung mit dem Thema, was auch ein Indiz dafür ist, dass das Landesmarketing (im Innenmarketing) nicht bis in die Mecklenburgische Seenplatte ausstrahlt und die Arbeit des Koordinierungsbüros Gesundheitswirtschaft Mecklenburg-Vorpommern unter dem Dach der BioCon Valley GmbH bisher noch nicht in der Region angekommen ist.

Darüber hinaus fehlt es grundsätzlich an Kenntnissen über gesundheitstouristische Zielgruppen und Markttrends sowie spezifischen Branchenkenntnissen (z.B. Wellness & Medical Wellness). Die wenigen vorhandenen Angebote werden noch nicht adäquat kommuniziert. Weitere Defizite wurden hinsichtlich der Servicequalität festgestellt, die auch den mangelnden Finanzen und geringen Löhnen geschuldet ist. Weiterhin gibt es zu wenige Präventionsangebote, was u.a. auf ein Defizit in der Kooperation der Anbieter mit Krankenkassen zurückzuführen ist.

TABELLE 3: POTENZIALE & HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE GESUNDHEITSWIRTSCHAFT DER MECKLENBURGISCHEN SEENPLATTE

Potenziale	Herausforderungen
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Klare Kommunikation und transparente Gestaltung der Angebote sowie stärkere Einbeziehung emotionaler Werte 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Bewusstseinsbildung/-schärfung der Anbieter und einheimischen Bevölkerung für die Gesundheitswirtschaft / -tourismus
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Gezielte und kontinuierliche Öffentlichkeitsarbeit 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Stärkung des Innenmarketings
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Herausstellen und Benennen von Alleinstellungsmerkmal & Kernkompetenzen zur eindeutigen Abgrenzung von Wettbewerbern (z.B. Neubrandenburg als Sportstadt) und gezielter Produktentwicklung 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Profilbildung im Bereich Gesundheit
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Partizipation an landesweiter Initiative (BioCon Valley) möglich 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Vernetzung von Angeboten und Leistungsträgern / Akteuren
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Ausbau des Selbstzahlermarktes / Gewinnung neuer Zielgruppen 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Generierung echter „Wertschöpfung“ >> Gesundheitstouristen aus anderen Bundesländern in die Planungsregion holen
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Kassenpotenzial für Gesundheitsangebote im Lande halten 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Marktanalyse ▸ >> Erkenntnisse zur Alleinstellung ▸ >> genaue Zielgruppenanalyse
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Verbindung der Gesundheitswirtschaft/ -tourismus mit urbanem Leben 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Qualitätssteigerung und -stabilisierung auf hohem Standard
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Ausbau des Bioproduktmarktes / Regionalprodukte 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Entwicklung buchbarer Angebote
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Implementierung eines hohen Qualitäts- und Serviceanspruchs entlang der gesamten Dienstleistungskette (!) 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Weitere Zugpferde einbinden >> Motoren zur Verdichtung des Netzes leistungsfähiger Leistungsträger ▸ Vorhandene Ressourcen stärken und durch Wirtschaft aufgreifen ▸ In den Schwächen Chancen erkennen ▸ Weitere Verdichtung spezifischer Infrastruktur durch Schlüsselinvestitionen

Quelle: Diskussionsergebnisse des Workshops am 05.11.2007

Die o.g. Defizite sind keine Ausschlusskriterien und können beseitigt werden. Verbesserungspotenziale liegen im Bereich Marketing, der Durchführung von Marktanalysen zur Erlangung von Marktkenntnis, in der Erarbeitung eines Alleinstellungsmerkmals und Stärkung des Innenmarketings zur Bewusstseins-schärfung der Anbieter und Bevölkerung für die Entwicklung der Gesundheitswirtschaft. Leistungsträger müssen sich vernetzen, um buchbare Angebote zu entwickeln. Dazu sollten Zugpferde eingebunden werden, die weitere Akteure anziehen.

Außerdem kann und soll sich die Region aktiver in die Landesinitiative einbringen, um von einem landesweiten Marketing und Netzwerk zu profitieren. Weitere Potenziale liegen in den Chancen, die der Ausbau von Präventionsangeboten und die Nutzung der Kassenpotenziale dazu bieten.

1.1 Entwicklungsstrategie Gesundheitswirtschaft Mecklenburgische Seenplatte & Zielsetzung

Die Strategie bzw. das Hauptziel, welches sich aus den Potenzialen und Herausforderungen ableiten lässt, ist die künftige **Stärkung und Weiterentwicklung der Gesundheitswirtschaft in der Planungsregion Mecklenburgische Seenplatte** zur regionalen Wertschöpfung der Region in folgenden Schwerpunktbereichen:

- **Ernährung**
- **Gesundheitstourismus (einschl. Sport & Freizeit / Kur- und Bäderwesen / Rehabilitation)**
- **Prävention.**

Die Planungsregion hat ihre Kernkompetenzen insbesondere in der **Ernährungswirtschaft** und ist innerhalb Mecklenburg-Vorpommerns sehr gut in diesem Schwerpunktbereich aufgestellt. Diese Kompetenzen sollten weiter gestärkt und nach außen kommuniziert werden.

Auch in den Nachbarbranchen Tourismus, Sport & Freizeit sowie im Kur- und Bäderwesen inkl. der Rehabilitation besitzt die Region einzelne Anbieter mit Leuchtturmcharakter und damit ein ausbaufähiges Potenzial im **Gesundheitstourismus**, dessen Kompetenzen in vorhandenen Wachstumskernen der Region weiter genutzt und entwickelt werden sollten. Im Feld der **Prävention** kann die Region auf ein vorhandenes sehr gutes Potenzial im Freizeit- und Breitensport aufbauen. In allen Branchenbereichen ist die **Qualitätsentwicklung** weiter voran zu treiben und für ausreichende Qualifizierung zu sorgen, um wettbewerbsfähig zu werden und zu bleiben.

Neben den genannten Hauptfeldern, in denen Entwicklungschancen genutzt werden sollten, muss darüber hinaus die begonnene Arbeit in den Bereichen der öffentlichen Daseinsvorsorge in der

- **Pflege**
- **ambulanten medizinischen Gesundheitsversorgung sowie**
- **stationären Medizinischen Versorgung**

fortgesetzt werden. Sie stellen notwendige Voraussetzungen und Basisleistungen für eine „gesunde Region“ dar und leisten zur Attraktivität der Region und einem positiven Image ihren Beitrag. Dabei ist der Aufbau zukunftsfähiger Strukturen wichtig, um eine langfristige hoch-wertige medizinische Versorgung und Pflege zu sichern.

Es gilt, das Innovations- und Beschäftigungspotenzials trotz reduzierter Budgets und sinkender Einwohnerzahlen zu aktivieren, die ambulante und stationäre Versorgung, Akutmedizin und Rehabilitation zu vernetzen.

Folgende Unterziele untermauern die strategische Ausrichtung der langfristigen Entwicklung der Gesundheitswirtschaft in der Mecklenburgischen Seenplatte:

1. Positionierung der Region Mecklenburgischen Seenplatte unter dem Dach „MV tut gut“ als gesunde Region; Kommunikation eines positiven und gesunden Images; Stützen des Aufbaus der Dachmarke „MV tut gut“ und Weiterentwicklung der Regionalmarke „gesund! Leben“
2. Erhöhung der Wertschöpfung / Wirtschaftsentwicklung in der Gesundheitswirtschaft der Mecklenburgischen Seenplatte
3. Ausbau vorhandener Leuchttürme im Gesundheitstourismus
4. Stärkung der Ernährungswirtschaft; Verbesserung des Vertriebs von Regionalprodukten
5. Entwicklung der Gesundheit & des Gesundheitsbewusstseins der Bevölkerung
6. Sicherstellung einer qualitativen Gesundheitsversorgung (ambulant, stationär und in der Pflege) vor dem Hintergrund des demographischen Wandels; Schaffung alternativer Wohnformen für Senioren
7. Steigerung des Bekanntheitsgrades der Seenplatte als gesunde Region; Bekanntmachung der Kernkompetenzen der Region (regional und überregional)
8. Sicherung von qualifiziertem Fachpersonal als bedeutender Standortfaktor der Zukunft
9. Vernetzung von Forschung, Lehre & Wirtschaft: Etablierung und Stärkung der Hochschule Neubrandenburg als Forschungsstandort Mecklenburg-Vorpommerns im Bereich Ernährung, Gesundheitsmanagement & Pflegewissenschaften & weiterer Ausbau der Kooperationen mit der Wirtschaft

1.2 Handlungsfelder & Maßnahmen

Zur Zielerreichung werden nachfolgend Maßnahmenvorschläge in einzelnen Handlungsfeldern unterbreitet, die es in konkreten Projekten umzusetzen gilt. Die Maßnahmen, die in Querschnittshandlungsfeldern realisiert werden müssen, beziehen sich auf alle drei genannten Schwerpunktbereiche und umfassen folgende Felder:

- **Netzwerkbildung**
- **Marketing**
- **Qualifizierung & Qualitätsentwicklung.**

Des Weiteren werden für die einzelnen, bereits o.g. Schwerpunktbereiche Ernährung, Gesundheitstourismus und Prävention branchenspezifische Maßnahmenvorschläge dargestellt. Sie werden aufgrund ihrer sehr speziellen Voraussetzungen & unterschiedlichen Herausforderungen & Spezifika als separate Handlungsfelder betrachtet, obwohl es auch dort Überschneidungen gibt.

Ein weiteres übergreifendes Handlungsfeld stellt die Forschung im Bereich Ernährung, Gesundheitsmanagement & Pflegewissenschaften dar. Außerdem wurde das Handlungsfeld **Seniorenwirtschaft** als bedeutender Schwerpunkt herauskristallisiert.

1.2.1 Nutzung vorhandener branchenspezifischer Netzwerke & Aufbau regionaler branchenübergreifender Netze:

- Gemeinsames Handeln der Gebietskörperschaften
- Netzwerkaufbau, Gewinnung von Partnern
- Ausbau überregionaler Kooperationen >> Einbindung der leistungsfähigen lokalen Einrichtungen in bestehende landesweite und internationale Netzwerke (z.B. Projektbüro Gesundheitswirtschaft MV, ScanBalt etc.)
- Branchenübergreifende Vernetzung der Verbände untereinander
- Vernetzung aller aktiven Leistungsträger, Verbände, Krankenkassen und Verwaltung
- Aufbau eines Netzwerkmanagements bzw. Unterstützung vorhandener Strukturen zur Koordinierung von Kommunikation, Kooperation und konkreten Projekten
- Durchführung von Branchenworkshops/ Teilnahme an Branchenkonferenzen >> Aufbau spezifischer regionaler Anbieterforen
- Bildung von Konstellationen mit überregionaler Ausstrahlung

1.2.2 Marketingaktivitäten:

- Innenmarketing: Bewusstseinschärfung der Wirtschaft, des Gesundheitswesens, der Verwaltung und Einwohner für das Thema „gesund! leben“ – gesunde Region & Potenziale der Entwicklung der Gesundheitswirtschaft >> Sensibilisierung & Information
- Standortmarketing/ gezielte Investorenansprache & aktive Kommunikation der Branchenkompetenz(en) durch die einzelnen Wirtschaftsstandorte (Wirtschaftsförderung durch Landkreise sowie Städte & Gemeinden)
- Marktanalyse in spezifischen Bereichen >> z.B. Gesundheitstourismus (Zielgruppenanalyse, Trendanalyse, IST-Stand: Produktentwicklung / Marketing etc.)
- Produktmarketing: Produktentwicklung & zielgruppengerechte Kommunikation der Angebote und Angebots-Qualität
- Regional vernetztes Marketing >> transparente Darstellung der Angebote; Leuchttürme identifizieren, einbinden, vermarkten
- Marke „gesund! Leben“ mit Leben füllen >> Regionalmarke weiter entwickeln & Submarken schaffen
- Erschließung neuer Inlands- und Auslandsmärkte >> Selbstzahler (im Bereich Prävention, Rehabilitation, spezialmedizinische Versorgung / Behandlung, Tourismus)

1.2.3 Qualifizierung & Qualitätsentwicklung:

- Gezielte & konzentrierte Standortwerbung im Wettbewerb um qualifiziertes Personal
- Aufwertung des Pflegeberufs >> Fachkräftepotenzial sichern >> Aufklärung & Kommunikation der Ausbildungsangebote und der anschließenden Fachtätigkeit (an Schulen, Berufsberaterstellen etc.)
- Schaffung von Transparenz hinsichtlich der Vielzahl erlernbarer Gesundheitsberufe, der Spezifika einzelner Berufsbilder, der vorhandenen Ausbildungseinrichtungen in der Region & Umgebung sowie Darstellung von Ausbildungsmöglichkeiten & Abschlüssen in den jeweiligen Berufsausbildungen & Berufschancen (insbesondere in der Region) >> evtl. Aufbau einer Kommunikationsplattform zu Ausbildungsstellen & Jobangeboten
- Verbesserung der Kooperation zwischen Ausbildungseinrichtungen & Praxis zur Anpassung der Ausbildung an den sich schnell ändernden Bedarf der Gesundheitswirtschaft >> Einrichtung von Foren zum informellen Erfahrungsaustausch zwischen Einrichtungen der Gesundheitswirtschaft und Bildungseinrichtungen sowie zur gezielten Information über neueste Entwicklungen, Trends & Handlungsbedarfe
- Ergänzung vorhandener Bildungsangebote durch zusätzliche Module (z.B. Vermittlung betriebswirtschaftlicher Inhalte in medizinischen Gesundheitsberufen bzw. Lehre medizinischer Grundlagen in Berufen der Nachbarbranchen, z.B. in der Hotellerie)
- Ermittlung des Weiterbildungsbedarfs in der Gesundheitswirtschaft und Entwicklung von branchenspezifischen Weiterbildungsangeboten, die sich am Bedarf der Unternehmen orientieren >> Gewinnung von Fachkräften für die Weiterbildung aus der Gesundheitswirtschaft und Qualifizierung von Ausbildern
- Steigerung der Nachfrage nach Weiterbildungsangeboten durch Schaffung bedarfsgerechter Angebote sowie verbesserte Kommunikation und Kooperation zwischen Weiterbildungseinrichtungen und Unternehmen
- Einführung anerkannter Qualitätssicherungssysteme sowie Qualitätssiegel in den verschiedenen Bereichen der Gesundheitswirtschaft, insbesondere der Nachbarbranchen bzw. Ausbau bereits eingeführter Systeme (z.B. Wellness, Medical Wellness, Viabono, regionale Esskultur, natürlich! Mecklenburgische Seenplatte, Bioland, Demeter usw.)

1.2.4 Ernährung:

- Clusteraufbau: Ausbau eines Kompetenzfeldes „Ernährungswirtschaft“ in der Planungsregion Mecklenburgische Seenplatte
- Erhöhung des Grades der umweltgerechten Verarbeitung und Veredelung von landwirtschaftlichen Produkten zu gesunden Nahrungsmitteln in der Region
- Profilbildung „Gesunde Region MSP“ - Förderung des Gesundheitsbewusstseins im Bereich gesunde Ernährung und ökologische Landwirtschaft der eigenen Bevölkerung und Ausbau der Vertriebsaktivitäten in der eigenen Region >> Regionalität als positives Markenkennzeichen etablieren, Förderung des Vertriebs von Bioprodukten
- Erschließung neuer Absatzmärkte für Regionalprodukte durch Nutzung neuer, alternativer Vertriebsstrukturen & Ausbau der Direktvermarktung

- Information und Aufklärung der Unternehmen und des Verbrauchers zu Gütesiegeln >> transparente Darstellung
- Neuausrichtung der regionalen Dachmarke „natürlich!“: Erarbeitung von Qualitätsstandards, Definition von Branchen/ Submarken, Implementierung einer Kontrollfunktion >> zur Stärkung der Akzeptanz und Erhöhung ihres Bekanntheitsgrades und der Transparenz für den Verbraucher
- Ausbau der Kooperation mit Hotellerie und Gaststätten in der Versorgung mit regionalen Bioprodukten; Qualifizierung & Verbesserung der Angebote einer typisch regionalen Küche >> Ausbau der Initiative „MahlRegional“ >> Einführung des europaweiten Qualitätssiegels „Regionale Esskultur“; gemeinsame Vermarktung unter einem Dach „Regionale Esskultur der Mecklenburgischen Seenplatte“
- Ausbau von Synergien zwischen Forschungseinrichtungen, Lebensmittelindustrie und Landwirtschaft >> Entwicklung innovativer Produkte und Markteinführung
- Aufbau von Plattformen in der Planungsregion zu den Themen Ernährung, gesunde Lebensmittel, Regionalprodukte an der Schnittstelle zu Forschung und Entwicklung >> Erfahrungsaustausch / Kompetenzvermittlung

1.2.5 Gesundheitstourismus:

- Konzentration auf „Leuchttürme“ und qualitative Entwicklung des Segmentes „Gesundheitstourismus“ innerhalb der gesamttouristischen Entwicklung
- Verbindung von gesundheitstouristischen Angeboten mit dem vorhandenen Naturraum-potenzial des Müritz-Nationalparks und der Naturparke
- Gesundheitstouristische Produktentwicklung mit zunehmenden Fokus auf den Selbstzahlermarkt (Medical Wellness) >> Einbindung von medizinischen und Naturheilverfahren sowie Wohlfühl-, Fitness- und Naturangeboten zur Prävention (z.B. Friluftsliv, naturpädagogische Angebote)
- Weiterentwicklung angrenzender Tourismussegmente wie Natur- und Aktivtourismus (Wassertourismus, Fahrradurlaub, Wandern, Reiten etc.), Ergänzung durch sporttouristische & Präventionsangebote (z.B. Nordic Walking, Fastenwandern etc.)
- Infrastruktur auf breite Füße stellen, u.a. Ausbau des Rad- und Wanderwegenetzes
- Entwicklung der Solestandorte sowie Kur- und Erholungsorte der Mecklenburgischen Seenplatte zu gesundheitstouristischen Zentren >> Aufbau einer entsprechenden Infrastruktur & Ansiedlung von Schlüsselunternehmen
- Förderung der Kooperationen zwischen Krankenkassen, Sporteinrichtungen und -vereinen, Fitnessstudios, medizinischen und rehabilitativen Einrichtungen sowie der Ernährungswirtschaft >> Aufbau von Anbieterforen
- Aufbau eines regionalen Netzwerkes / Weiterentwicklung des Medical Wellness Parks / Schaffung einer leistungsstarken Koordinierungsstelle, die alle Anbieter erreicht
- Qualifizierung von Anbietern und Angeboten (Qualitätssiegel, z.B. Viabono, Wellness-Siegel)
- Aufbau eines Themenmarketings bei ausreichender Anzahl von Anbietern und Angeboten, sonst Einbindung in „MV tut gut“ >> zielgruppengerechte Ansprache
- Internationalisierung der Angebote

- Verstärkte Nutzung der Imageträger Müritz-Nationalpark, Naturpark Mecklenburgische Schweiz & Kummerower See, Naturpark Nossentiner-Schwinzer Heide & Naturpark Feldberger Seenlandschaft zur Profilbildung als gesunde Region mit Naturraumpotenzial
- Verstärkte Nutzung des Imageträgers „Leistungszentrum Neubrandenburg“ und der breitenwirksamen Sportveranstaltungen der Region zur Profilbildung als gesunde & sportliche Region

1.2.6 Prävention:

- Verlängerung der Wertschöpfungskette und Gewinnung neuer Kundengruppen (Selbstzahler) >> Angebotsentwicklung im Bereich der Prävention
- Ausbau von Präventionsangeboten in Rehabilitationseinrichtungen und der Hotellerie für Gäste sowie Sport- und Versorgungseinrichtungen für die einheimische Bevölkerung
- Verstärkung von Kooperationen mit Krankenkassen zur Entwicklung von Präventionsangeboten >> Sensibilisierung von Leistungsträgern zur Nutzung der Möglichkeiten kassengeförderter Präventionsangebote
- Qualifizierung von Leitungsträgern
- Aufbau neuer Kooperationen und gemeinsame Strategieentwicklung mit Akteuren aus dem Kur- und Bäderwesen, Akutkliniken, Wellnesshotels, Forschungsverbänden etc. (landes- und bundesweit) >> Netzwerkbildung
- Im Hinblick auf die älter werdende Bevölkerung: Ausbau des Sportangebotes im Bereich Gesundheitsvorsorge:
 - Ausbau der Zertifizierung von Sportangeboten als Ausdruck von Qualität und Professionalität
 - Qualifizierung des Trainerpersonals im Hinblick auf gesundheitsbezogene Fachkenntnisse
 - Öffnung des Angebots der Sportvereine für Nichtvereinsmitglieder und Gäste
 - Verstärkung der Kooperation zwischen Ärzten und Sportanbietern: Empfehlung von gesundheitsfördernden Sportkursen an die Patienten
 - Verbesserung der Transparenz der Angebote
 - Ausbau der Kooperationen zwischen Sporteinrichtungen, niedergelassenen Ärzten, Klinik- und Rehaeinrichtungen, Sozialen Diensten, Schulen sowie Hotels und Tourismusunternehmen

1.2.7 Forschung im Bereich Ernährung, Gesundheitsmanagement & Pflegewissenschaften:

- Profilbildung der Region in den vorhandenen Kernbereichen Bioprodukt- und Lebensmitteltechnologie/ Ernährung, Gesundheitsforschung und -management sowie Pflegewissenschaft
- Verknüpfung von anwendungsbezogener Lehre und Forschung und interdisziplinäre Zusammenarbeit
- Verstärkung der Einwerbung von Drittmitteln und Bereitstellung hochschulinterner Unterstützungsleistungen zur Vorbereitung von Drittmittelprojekten → Forschungsassistenten als Schnittstelle zwischen Forschung und Förderprogrammen

- Ausbau der Kooperationen im Rahmen von interdisziplinären Forschungsprojekten und Netzwerken mit den Hochschulen und Unternehmen des Landes und bundesweit
- Transferorientierte Forschung und Verbesserung der Rahmenbedingungen zur Förderung von SpinOff-Gründungen → Ausbau der Zusammenarbeit mit dem INFEX-Büro, dem ZLT und weiteren Transfereinrichtungen

1.2.8 Seniorenwirtschaft:

- Anpassung des Angebotes an die differenzierte Situation der Pflegebedürftigen, d.h.
 - Entwicklung von Strategien für eine gleichmäßige Versorgung im ländlichen Raum / wohnortnahe Beratung
 - Verstärkte Nutzerorientierung / Förderung der Lebensqualität, Selbstbestimmung, Selbstständigkeit und Selbsthilfe der Klienten
 - Lösung der Schnittstellenproblematik, Förderung der sektorenübergreifenden Zusammenarbeit und berufsgruppenübergreifenden Vernetzung (Care-/ Case-Management)
 - Bedürfnisgerechte Koordination und Vernetzung von Versorgungsleistungen
 - Zunehmende Unterstützung der häuslichen Pflege durch die professionelle und ehrenamtliche Pflege >> qualitative und quantitative Sicherung der Langzeitpflege durch die Kombination von informeller und formeller Pflege
 - Stärkung der Prävention und Rehabilitation
- Aufbau eines Pflegenetzwerkes in der Planungsregion Mecklenburgische Seenplatte zur Stabilisierung der häuslichen Versorgung
- Schaffung flexibler Rahmenbedingungen für das selbst gestaltete Wohnen im Alter >> Sensibilisierung von freien Trägern, Wohnungsbaugesellschaften, Verwaltung und Verbänden für neue Wohnformen & Bewusstseinsbildung für einen sich ändernden Bedarf
- Aufbereitung und Kommunikation von Praxismodellen innovativer Konzepte für Wohnformen, die wirtschaftliche & soziale Aspekte verbinden (zielgruppenorientierte Wohnformen, wohnbegleitende Dienstleistungsangebote)
- Erarbeitung neuer Wohn- und Pflegekonzepte
- Entwicklung von Marketingstrategien für die Wohnungswirtschaft
- Förderung von Bewohneraktivitäten und Netzwerken (z.B. zur Etablierung von Begegnungsstätten, Nachbarschaftshilfe, Organisation von Freizeitangeboten u.a.) >> Zusammenführen von Menschen mit verschiedenen Bedürfnissen
- Schaffung von Beratungsnetzwerken für barrierefreie und sonstige Wohnanpassung sowie für Wohnformen im Alter
- Einführung alternativer Wohnformen / Modellvorhaben für Senioren und Pflegebedürftige bzw. von Pflegebedürftigkeit bedrohter Personen >> Mehrgenerationenwohnen, Pflegewohnungen im Quartier, Hausgemeinschaften für Demenzkranke etc.