

Health Infra

„Zukunftsfähige und wirtschaftlich tragfähige
Infrastruktur in Kur- und Erholungsorten“



Auswertungstagung

Rostock, den 04.05.2016

Eine Studie von:

PROJECT^M  **KECK MEDICAL**

Gefördert durch:

**Mecklenburg
Vorpommern** 
MV tut gut.


BÄDERVERBAND
MECKLENBURG-VORPOMMERN e. V.


Europäische Fonds EFRE, ESF und ELER
in Mecklenburg-Vorpommern

Die Auswertungstagung „Health Infra“ gliedert sich in vier Blöcke:

10:00 – 10:30 Uhr	1. Impulsvortrag: Überblick über die Ergebnisse
10:30 – 11:45 Uhr	2. Klärung von Fragen rund um „Health Infra“
11:45 – 12:30 Uhr	<i>Mittagspause</i>
12:30 – 13:45 Uhr	3. Workshop: Zukunftsfähige und wirtschaftlich tragfähige Infrastruktur in Kur- und Erholungsorten
13:45 – 14:30 Uhr	4. Weitere Vorgehensweise



1

Impulsvortrag: Überblick der Studienergebnisse

2

Klärung von Rückfragen rund um „Health Infra“

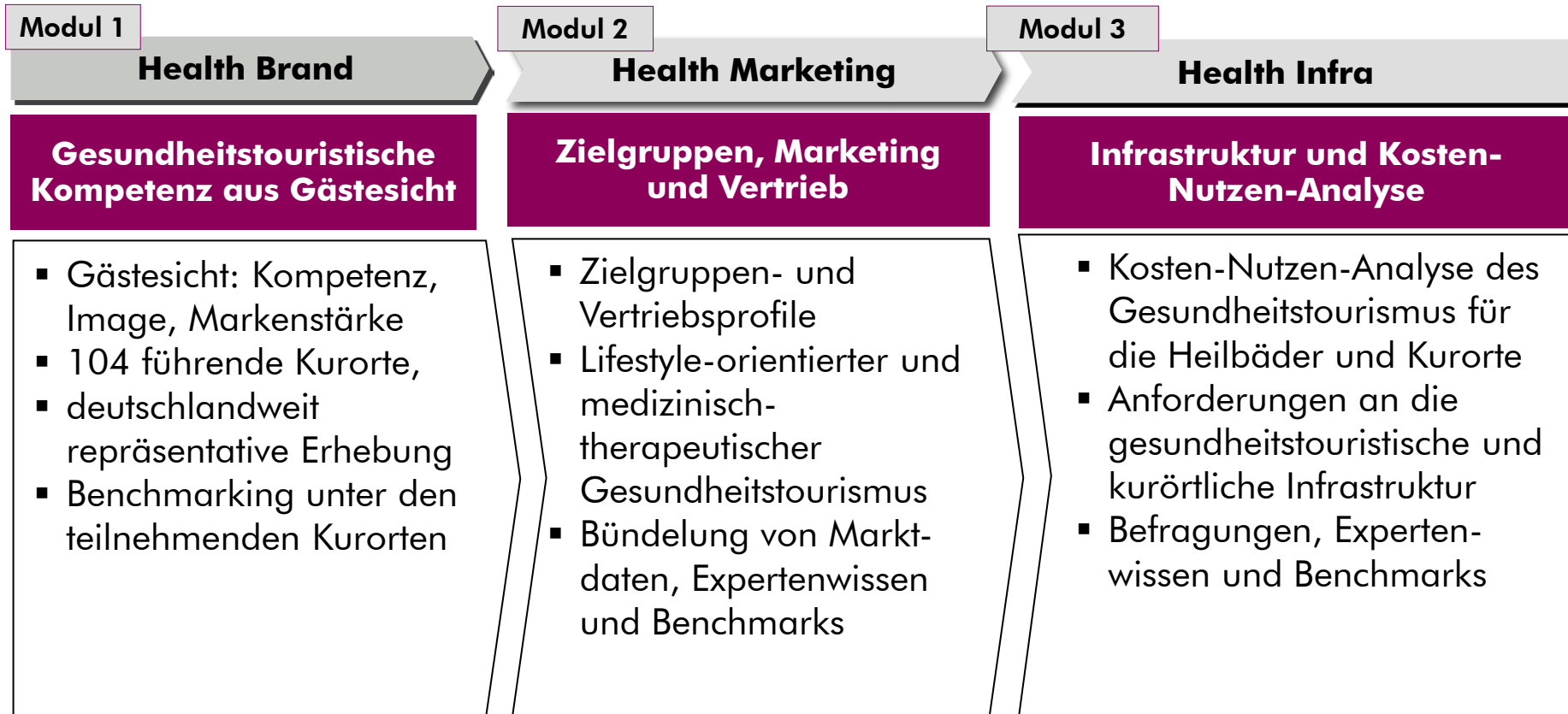
3

Workshop: Zukunftsfähige und wirtschaftlich tragfähige Infrastruktur in Kur- und Erholungsorten






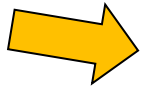


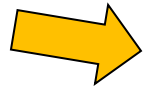

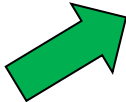


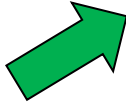

4

Weitere Vorgehensweise

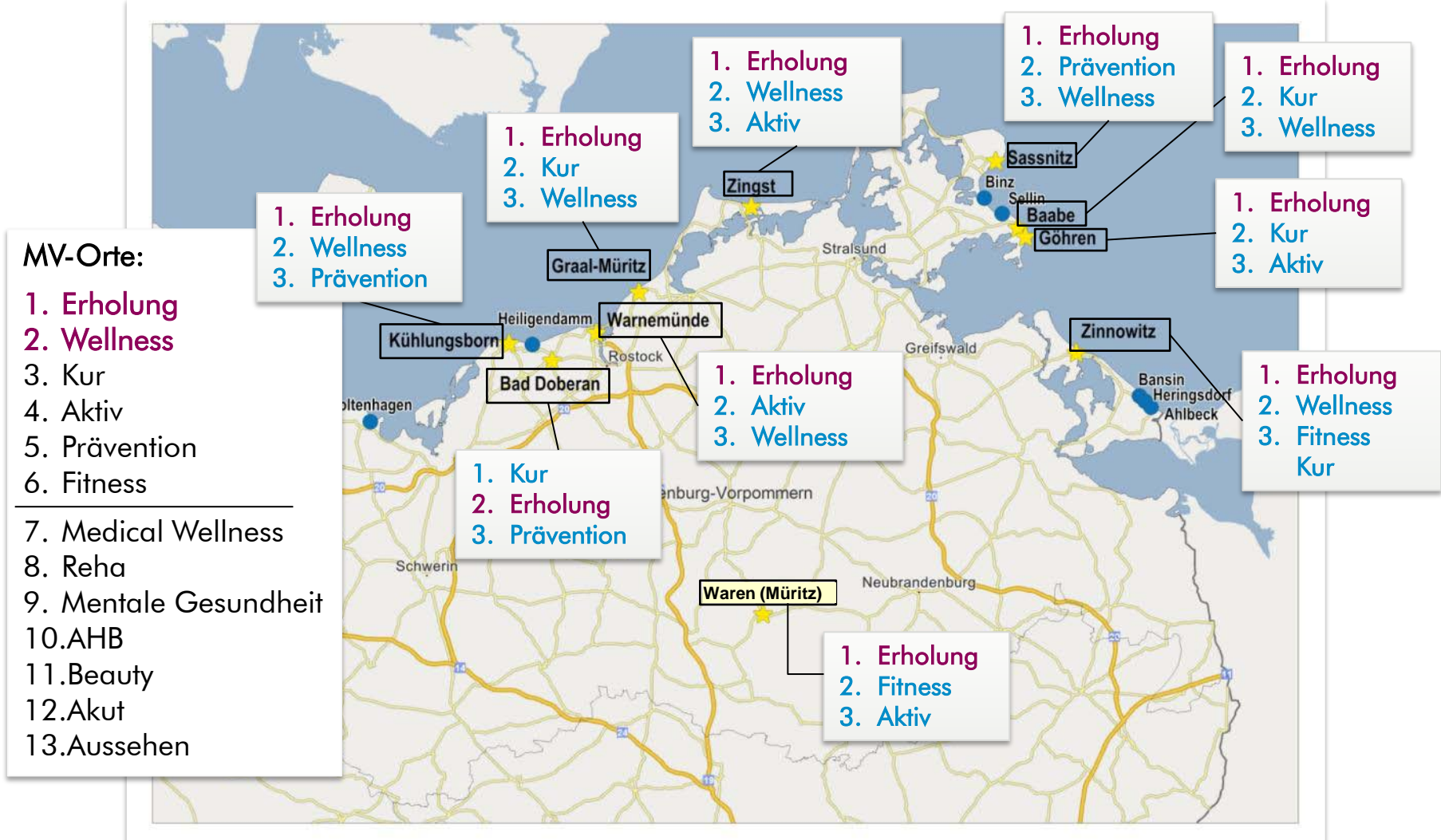
Die Kompetenzanalyse untersucht Heilbäder und Kurorte in drei Modulen – Mecklenburg-Vorpommern bei allen Modulen dabei.



Modul 1: Die Heilbäder und Kurorte in Mecklenburg-Vorpommern schneiden bei der gesundheitlichen Markenstärke differenziert ab.

	Vergleich zu allen 104 Orten	Vergleich zu allen Binnenorten	Vergleich zu allen Küstenorten
Ungestützte Bekanntheit			
Gestützte Bekanntheit			
Sympathie			
Besuchsbereitschaft			
Besuchsverhalten			

Die Orte im Land werden vorwiegend für Erholung und Wellness mit gesundheitlichen Mehrwerten wahrgenommen.



Basis: Wohnbevölkerung ab 14 Jahren (alle Altersgruppen), Ortskenner; n = variabel (je nach Einzelort MV)

Quelle: „Kompetenzanalyse der Heilbäder und Kurorte in Deutschland“, © 2013 PROJECT M

Indikationsspezifisch wird den Orten eine Kompetenz für die Behandlung von Atemwegs- und Hauterkrankungen zugeschrieben.



MV-Orte:

- 1. Atemwege
- 2. Haut

- 3. Psyche/Stress
- 4. Bewegungsapparat
- 5. ...

Basis: Wohnbevölkerung ab 14 Jahren (alle Altersgruppen), Ortskenner; n = variabel (je nach Einzelort MV)

Quelle: „Kompetenzanalyse der Heilbäder und Kurorte in Deutschland“, © 2013 PROJECT M

Modul 2: 12 Marktsegmente des Gesundheitstourismus wurden vertieft analysiert – die Orte konnten fünf Vertiefungen auswählen.

Lifestyle-Gesundheitstourismus

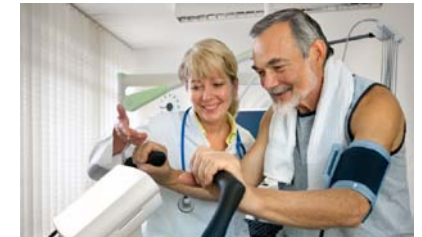
1. Mentale Gesundheit
2. Wellnessreisen (inkl. Medical Wellness)
3. Aktivreisen
4. Fitness-/Sportreisen
5. Präventionsreisen

Indikationsorientierter Gesundheitstourismus

6. Bewegungsapparat
7. Herz-Kreislauf
8. Atmung
9. Allergien und Nahrungsmittelunverträglichkeiten
10. Adipositas, Diabetes und Stoffwechselerkrankungen

Sonderthemen

11. Betriebliches Gesundheitsmanagement
12. Zuweiser-Marketing



Für die MV-Orte sind „Mentale Gesundheit“, „Wellness“, „Aktiv“, „Prävention“ und „Atmung“ von Interesse.

Profile	Baabe	Bad Doberan	Graal - Müritz	Göhren	Kühlungsborn	Warne-münde	Sassnitz	Waren (Müritz)	Zingst	Zinnowitz
Mentale Gesundheit										
Wellness										
Aktiv										
Fitness/Sport										
Prävention										
Bewegungsapparat										
Herz-Kreislauf										
Atmung										
Allergien										
Adipositas										
BGM										
Zuweiser										

Modul 3: Kosten-Nutzen-Analyse des Gesundheitstourismus und Anforderungen an eine zukunftsfähige kurörtliche Infrastruktur.

- **Anforderungen an zukunftsfähige Infrastruktur:** Bedeutung, Gästeerwartung, Abwägung Investition vs. Rückzug, zukunftsfähige Ausrichtung
- **ortsspezifische Kosten-Nutzen-Analyse:** ökonomische Bedeutung Gesundheitstourismus
- Relevanz des **kurörtlichen Prädikats**



Kurhaus Boltenhagen, Trinkkurhalle Bad Salzhausen

Modul 3 liegt ein Mix aus Studien und Untersuchungen, Beiträgen der beteiligten Orte und einer Bevölkerungsbefragung zugrunde.

1

Daten und Studien

- Ergebnisse der Module 1 und 2 der Kompetenzanalyse sowie der Marktstudie Gesundheitstourismus
- Amtliche Statistik
- Untersuchung zum Ausgabe- und Reiseverhalten der Deutschen etc.



2

Bevölkerungsbefragung

- Bevölkerungsrepräsentativ für ≥ 14 Jahre
- 3.200 Befragte, die in den letzten 12 Monaten bei einem Aufenthalt in einem Kurort (ÜN oder/und TA) aktiv etwas für ihre Gesundheit getan haben



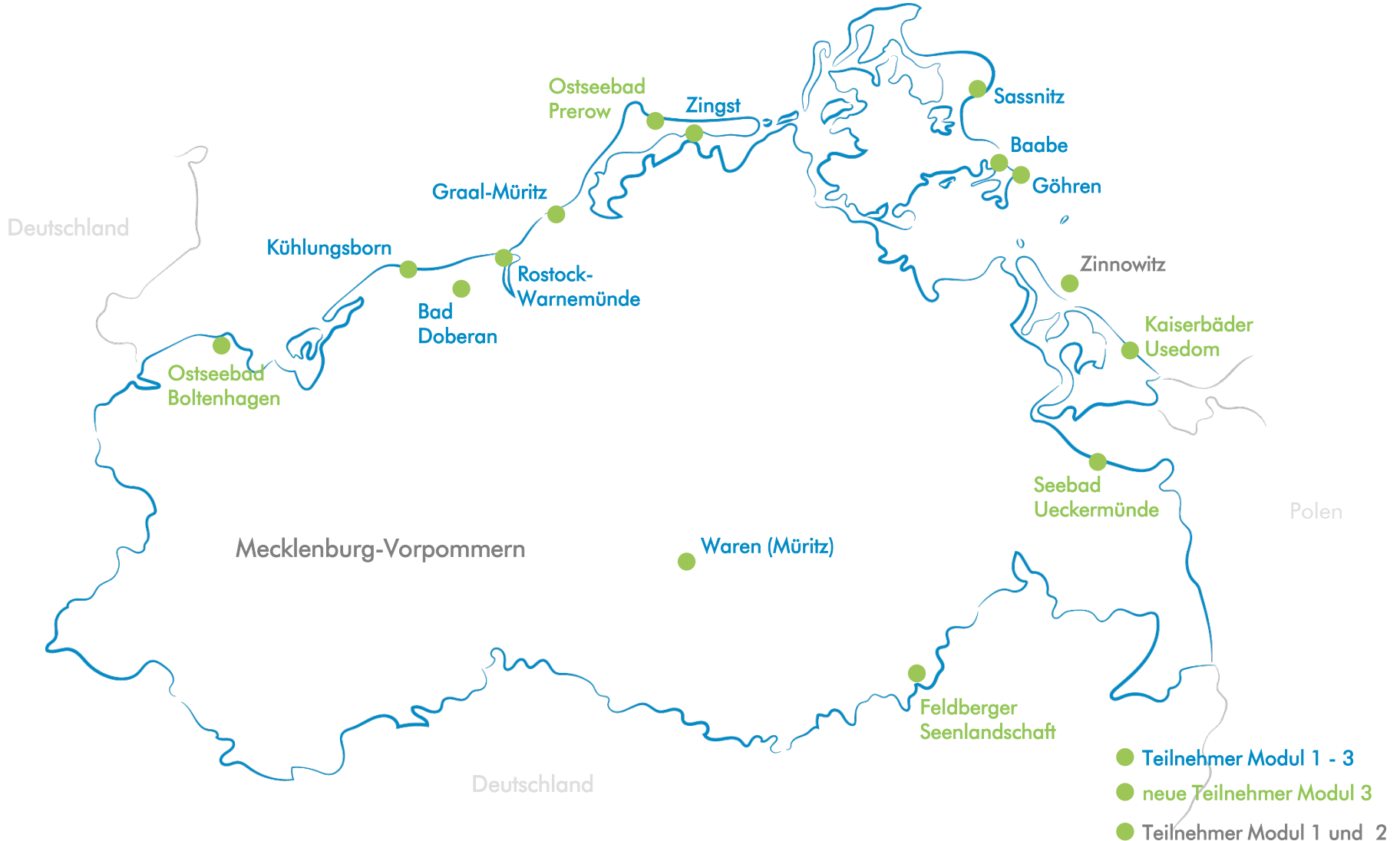
3

Sekundärerfassung

- Erfassungsraster in allen teilnehmenden Orten
- Unterstützung durch Telefoncoaching
- Qualitäts- und Plausibilitätsprüfung mit anschließendem Clearing mit dem Ort



14 Heilbäder, Kur- und Erholungsorte aus MV haben sich an Modul 3 beteiligt – neun waren bereits bei den Modulen 1 und 2 dabei.

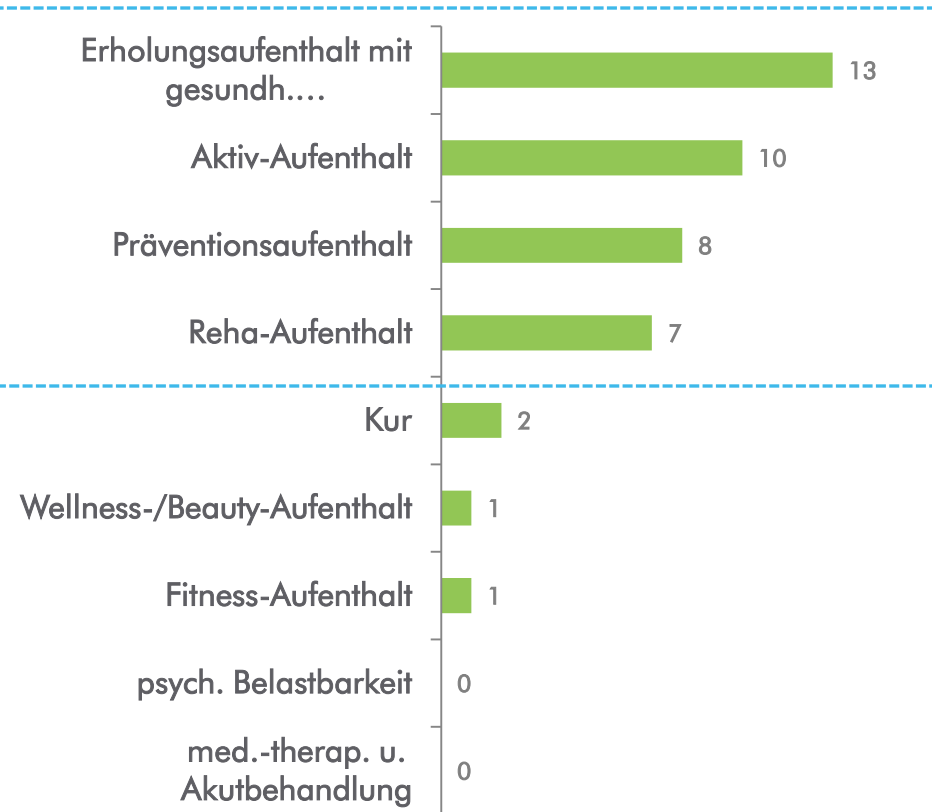


TOP 4 Themen sollen bestehen bleiben. Prävention gewinnt an Bedeutung.

Aktuelle Ausrichtung Orte MV



Zukünftige Ausrichtung Orte MV



Frage: Im Folgenden nennen wir Ihnen neun zentrale Segmente des Gesundheitstourismus. Welche davon sind für Ihren Ort aktuell die drei wichtigsten Marktsegmente und welche sollen es zukünftig sein?

Basis: teilnehmende Heilbäder und Kurorte an Health Infra aus MV, n = 14,

Quelle: Health Infra Erfassung der Heilbäder und Kurorte, © PROJECT M 2016

Die beteiligten Orte schätzen das Prädikat als sehr wichtig ein – sowohl aus politischer, als auch aus Gästesicht.

Projektion: Politik



Projektion: Gesundheitlich motivierter Gast



Projektion: Freizeitgast



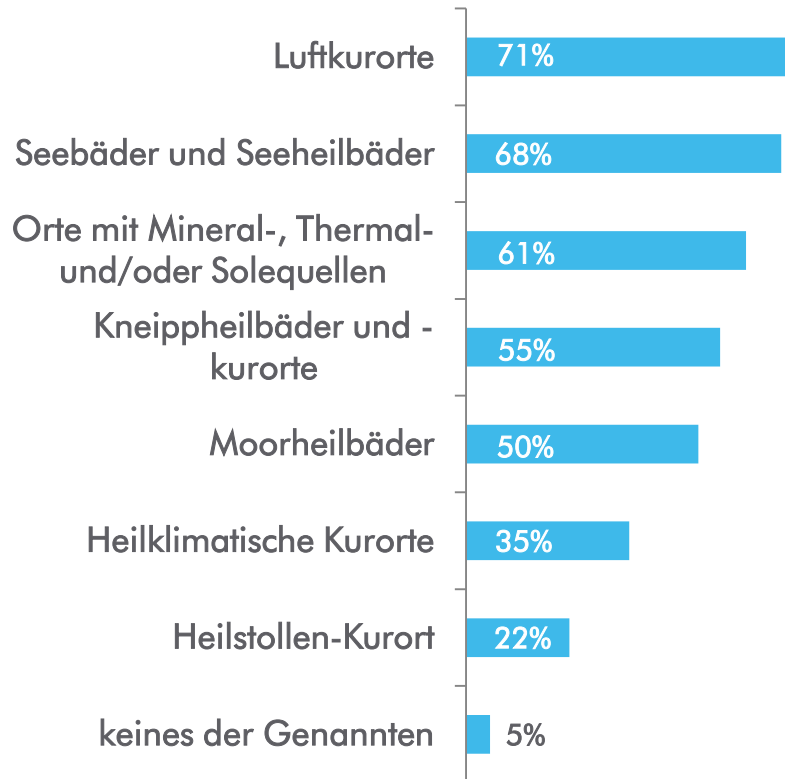
Frage: Bitte schätzen Sie die aktuelle Bedeutung des kurörtlichen Prädikates aus unterschiedlichen Perspektiven ein. Bitte bewerten Sie auf einer Skala von 1=„sehr wichtig“ bis 5= „völlig unwichtig“. Abweichungen von 100% sind rundungsbedingt.

Basis: Deutsche Wohnbevölkerung, die in den letzten zwölf Monaten einen Gesundheitsaufenthalt mit Übernachtung in einem Kurort verbracht hat (alle Altersgruppen), n = 14

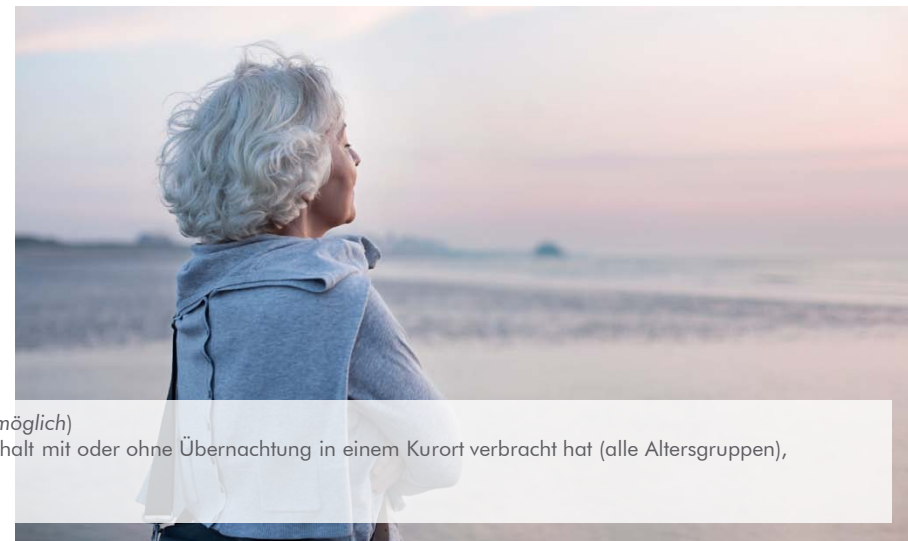
Quelle: Health Infra Erfassung der Heilbäder und Kurorte, © PROJECT M 2016

Die Prädikate Luftkurort und See(heil)bäder sind bei den Gästen am bekanntesten. Prädikate bekannter als Einzelorte.

Bekanntheit von Prädikaten



- **25%** geben an, das Prädikat des besuchten Ortes zu kennen.
- **28% gestützte Bekanntheit** der Einzelorte in Modul 1 „Health Brand“ (Frage: „Welche dieser Heilbäder und Kurorte kennen Sie?“)



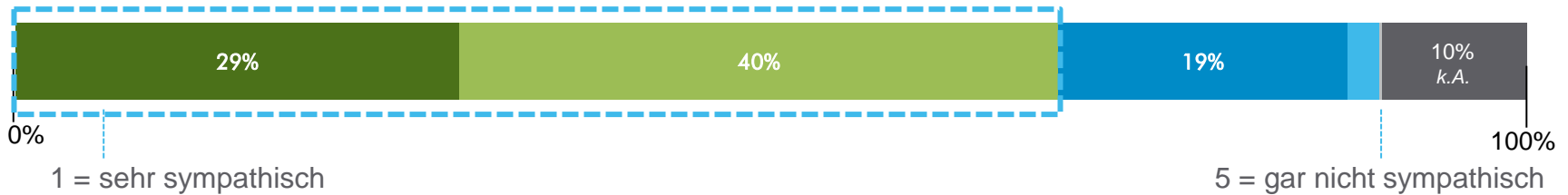
Frage: Welche dieser Titel für Kurorte, sogenannte Prädikate, kennen Sie? (Mehrfachnennung möglich)

Basis: Deutsche Wohnbevölkerung, die in den letzten zwölf Monaten einen Gesundheitsaufenthalt mit oder ohne Übernachtung in einem Kurort verbracht hat (alle Altersgruppen), n = 3.202

Quelle: Health Infra Bevölkerungsrepräsentative Gästebefragung, © PROJECT M 2016

Hohe Sympathie für das Prädikat bei gesundheitsorientierten Gästen – Bedeutung für die Reiseentscheidung deutlich geringer.

Kundenbewertung: Sympathie für Prädikat für Gesundheitsaufenthalt

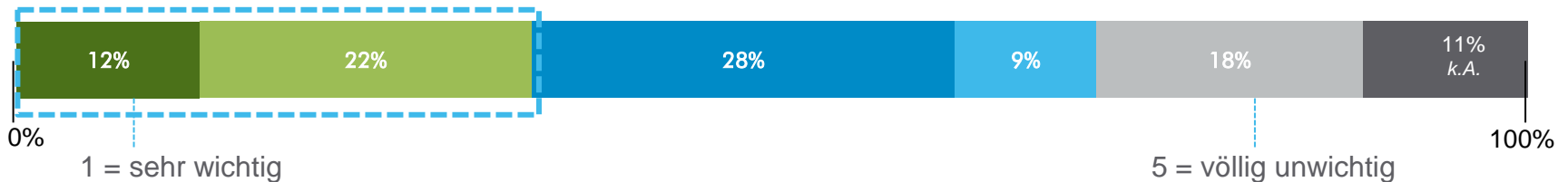


Frage: Wie sympathisch sind Ihnen die Prädikate der Heilbäder und Kurorte für einen Aufenthalt, bei dem Sie aktiv etwas für Ihre Gesundheit tun? Bitte bewerten Sie auf einer Skala von 1= „sehr sympathisch“ und 5 = „gar nicht sympathisch“

Basis: Deutsche Wohnbevölkerung, die in den letzten zwölf Monaten einen Gesundheitsaufenthalt mit oder ohne Übernachtung in einem Kurort verbracht hat (alle Altersgruppen), n = 3.202

Quelle: Health Infra Bevölkerungsrepräsentative Gästebefragung, © PROJECT M 2016

Kundenbewertung: Wichtigkeit des Prädikats bei der Reiseentscheidung



Frage: Wie wichtig war es für Sie persönlich bei der Entscheidung für Ihr Reiseziel, dass der Ort ein Prädikat hat? Bitte bewerten Sie auf einer Skala von 1= „sehr wichtig“ bis 5= „völlig unwichtig“

Basis: Deutsche Wohnbevölkerung, die in den letzten zwölf Monaten einen Gesundheitsaufenthalt mit Übernachtung in einem Kurort verbracht hat (alle Altersgruppen), n = 2.684

Quelle: Health Infra Bevölkerungsrepräsentative Gästebefragung, © PROJECT M 2016

Infrastrukturelle Ausstattung als Merkmal prädikatisierter Orte klar wahrgenommen – Heilmittel besonders wichtig.

Platz	assoziierte Aspekte	Ø
1	natürliche Heilmittel vorhanden	1,89
2	wichtiges Merkmal für ein Heilbad/Kurort	1,91
3	besondere Einrichtungen und therapeutische Dienstleistungen im Ort	1,99
4	dorthin geht man, wenn man gesund bleiben möchte	2,00
5	dorthin geht man, wenn man gesund werden möchte	2,03
6	angenehmes Ambiente und hohe Aufenthaltsqualität	2,06
7	staatlich verliehenes Qualitätssiegel	2,10
8	hohe medizinisch-therapeutische Qualität	2,12
9	ist zeitgemäß	2,24



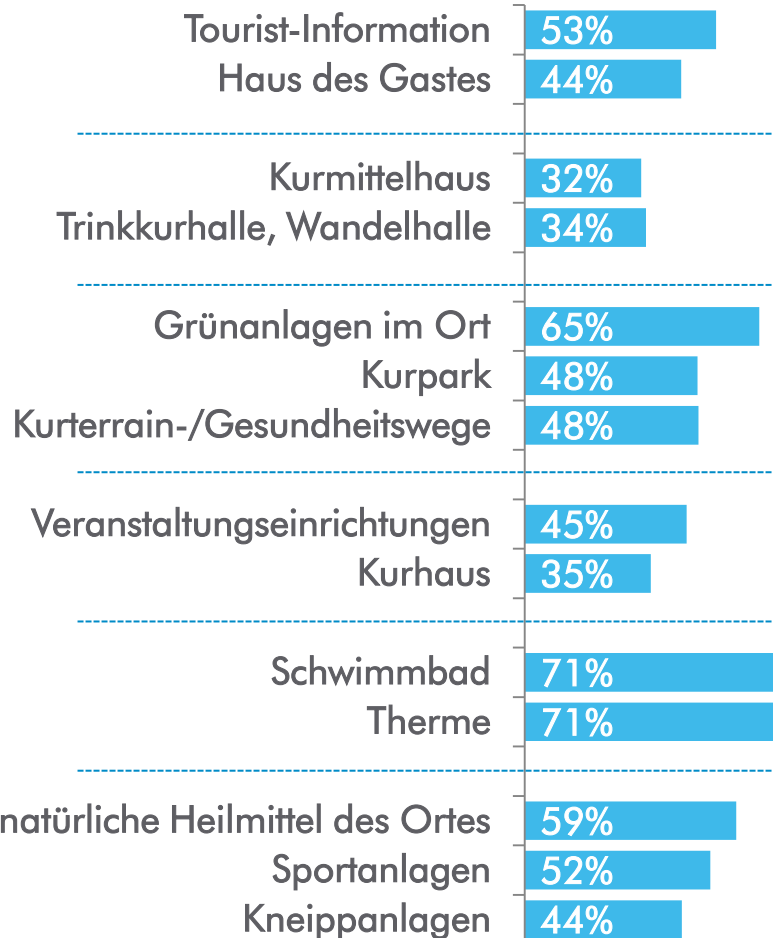
Frage: Bitte geben Sie an, inwieweit die folgenden Aspekte Ihrer Meinung nach auf Prädikate von Heilbädern und Kurorten zutreffen. Bitte bewerten Sie auf einer Skala von 1 = „sehr wichtig“ bis 5 = „völlig unwichtig“.

Basis: Deutsche Wohnbevölkerung, die in den letzten zwölf Monaten einen Gesundheitsaufenthalt mit oder ohne Übernachtung in einem Kurort verbracht hat (alle Altersgruppen), n = 3.202

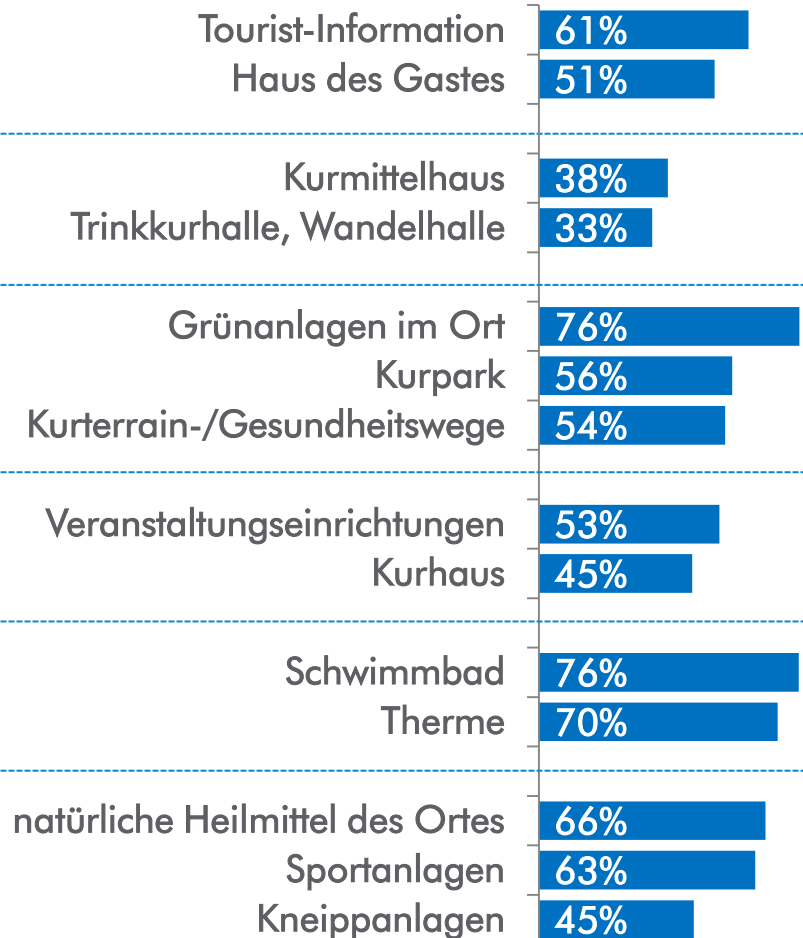
Quelle: Health Infra Bevölkerungsrepräsentative Gästebefragung, © PROJECT M 2016

Grünanlagen und Bäder sind Gesundheitsreisenden besonders wichtig – „klassische“ kurörtliche Infrastruktur weniger wichtig.

Tagesaufenthalt



Übernachtungsaufenthalt



Frage: Wie wichtig waren Ihnen die folgenden Aspekte bei Ihrem Aufenthalt? - Top-Two-Box (Skala 1-5 mit 1 = sehr wichtig und 5 = völlig unwichtig) Dargestellt ist der Anteil der Befragten, denen der jeweilige Aspekt wichtig oder sehr wichtig ist. (Top Two Box)

Basis: Deutsche Wohnbevölkerung, die in den letzten zwölf Monaten einen Gesundheitsaufenthalt mit oder ohne Übernachtung in einem Kurort verbracht hat (alle Altersgruppen), Übernachtungsaufenthalt n = 2.684; Tagesaufenthalt n = 2.006

Quelle: Health Infra Bevölkerungsrepräsentative Gästebefragung, © PROJECT M 2016

Erholungsraum Strand & Wald

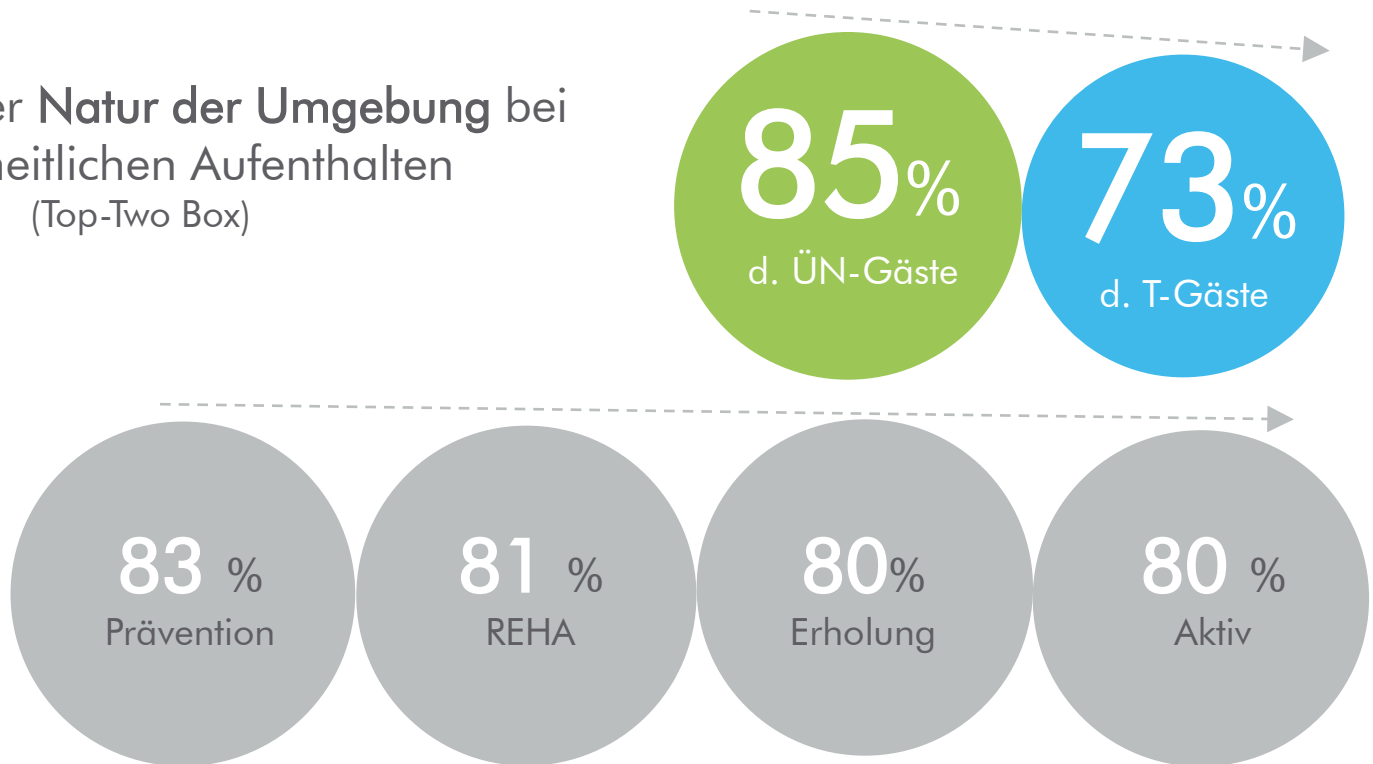
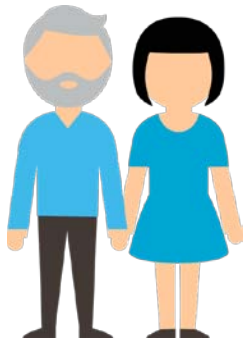


Große Bedeutung der natürlichen Erholungsräume im Ort und im Umfeld für die Gäste bei geringerer Einschätzung durch die Orte

Zur Erinnerung: Inanspruchnahme des...

... Erholungsraumes Wald **67 %** ... Erholungsraumes Strand **50 %**

Wichtigkeit der **Natur der Umgebung** bei
gesundheitlichen Aufenthalten
(Top-Two Box)



...nach Art der Gäste

...nach Reismotivation

Frage: Wie wichtig waren Ihnen die folgenden Aspekte bei Ihrem Aufenthalt? - Top-Two-Box (Skala 1-5 mit 1 = sehr wichtig und 5 = völlig unwichtig)
Dargestellt ist der Anteil der Befragten, denen der jeweilige Aspekt wichtig oder sehr wichtig ist. (Top Two Box)

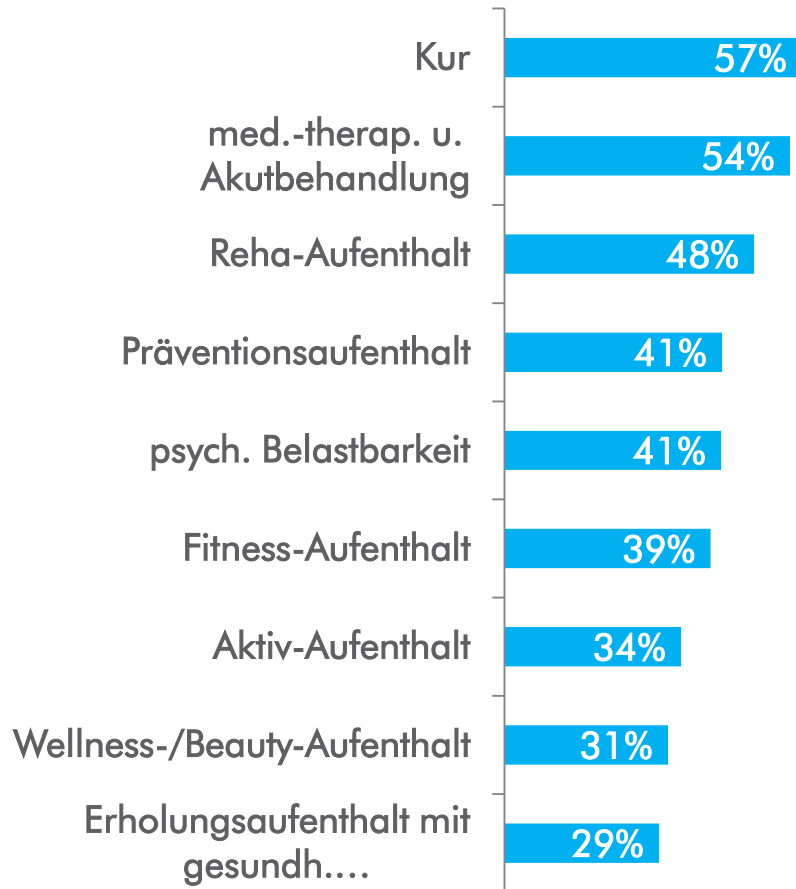
Quelle: Health Infra Erfassung der Heilbäder und Kurorte, © PROJECT M 2016 (n=14)

Quelle: Health Infra Bevölkerungsrepräsentative Gästebefragung, © PROJECT M 2016 (n=3.202)

Investitionen sind in den meisten Orten geplant – Schwerpunkt im Bereich der Wälder als „Heilwald“ sowie Ausbau der Strände



Wichtigkeit variiert mit dem Reisegrund, z.B. Kurmittelhaus: für Erholung und Wellness weniger wichtig als für Kur und Reha.

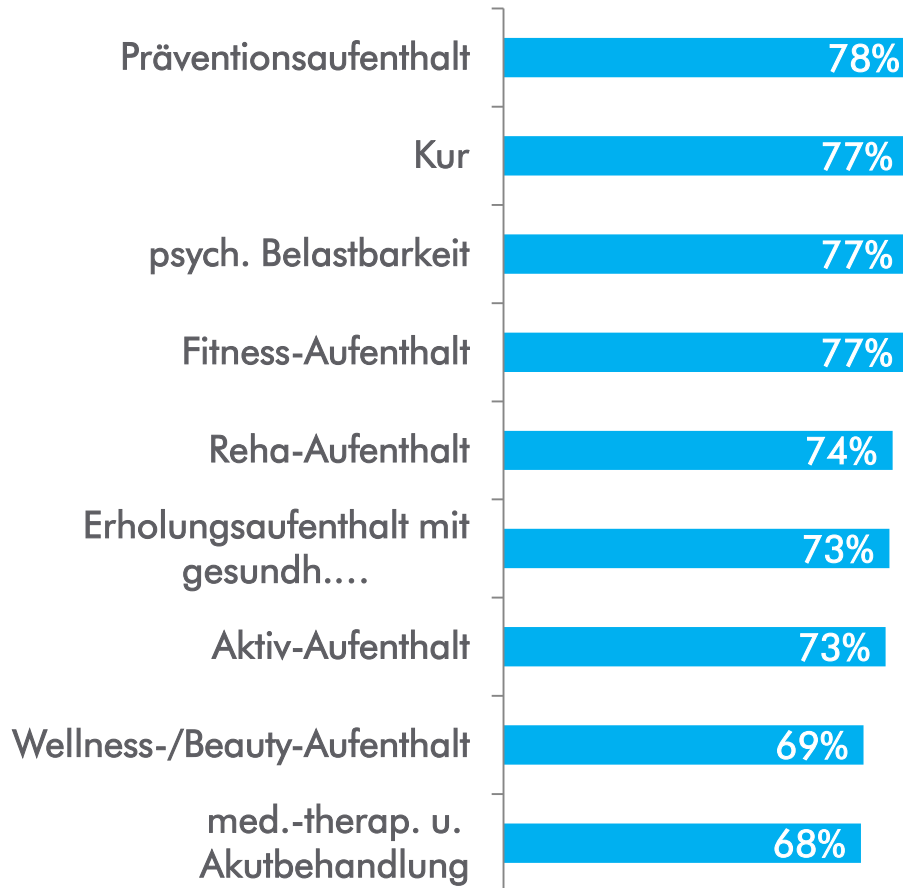


Frage: Wie wichtig waren Ihnen die folgenden Aspekte bei Ihrem Aufenthalt? - Top-Two-Box (Skala 1-5 mit 1 = sehr wichtig und 5 = völlig unwichtig) Dargestellt ist der Anteil der Befragten, denen der jeweilige Aspekt wichtig oder sehr wichtig ist.

Basis: Deutsche Wohnbevölkerung, die in den letzten zwölf Monaten einen Gesundheitsaufenthalt mit oder ohne Übernachtung in einem Kurort verbracht hat (alle Altersgruppen), Aufenthalte gesamt n = 4.689

Quelle: Health Infra Bevölkerungsrepräsentative Gästebefragung, © PROJECT M 2016

Wichtigkeit variiert nicht immer mit dem Reisegrund: Grünanlagen sind über alle Reisegründe hinweg durchweg wichtig.



Frage: Wie wichtig waren Ihnen die folgenden Aspekte bei Ihrem Aufenthalt? - Top-Two-Box (Skala 1-5 mit 1 = sehr wichtig und 5 = völlig unwichtig) Dargestellt ist der Anteil der Befragten, denen der jeweilige Aspekt wichtig oder sehr wichtig ist.

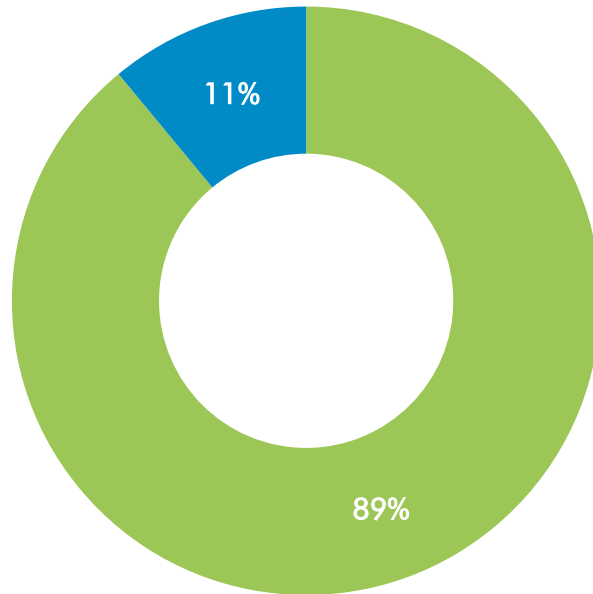
Basis: Deutsche Wohnbevölkerung, die in den letzten zwölf Monaten einen Gesundheitsaufenthalt mit oder ohne Übernachtung in einem Kurort verbracht hat (alle Altersgruppen), Aufenthalte gesamt n = 4.689

Quelle: Health Infra Bevölkerungsrepräsentative Gästebefragung, © PROJECT M 2016

Anteil an Übernachtungsgästen mit Gesundheitsaktivitäten in MV hoch, aber weniger ausgeprägt als in Kurorten deutschlandweit.

Übernachtungsaufenthalte D

- Aufenthalt mit gesundheitlichen Aktivitäten
- sonstige Aufenthalte



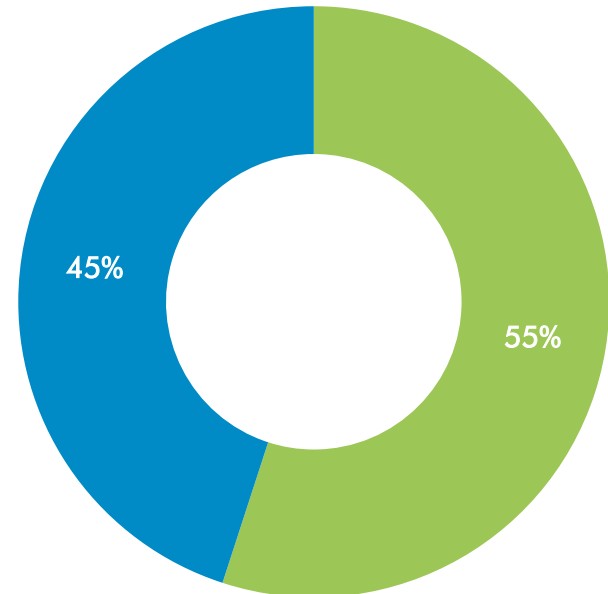
Frage: Haben Sie bei Ihrem letzten bzw. einzigen Aufenthalt in einem Heilbad oder Kurort aktiv etwas für Ihre Gesundheit getan?

Basis: Gesundheitsaufenthalte mit Übernachtung, die die deutsche Wohnbevölkerung in den letzten zwölf Monaten in einem Kurort verbracht hat (alle Altersgruppen) Übernachtungsaufenthalte n = 2.684

Quelle: Health Infra Bevölkerungsrepräsentative Gästebefragung, © PROJECT M 2016

Übernachtungsaufenthalte MV (Selbsteinschätzung)

- Aufenthalt mit gesundheitl. Aktivität
- sonstiger Aufenthalt



Frage: Wie hoch schätzen Sie den prozentualen Anteil der gesundheitlich motivierten Reisenden an allen Freizeitreisenden ein? Hinweis: Schätzung der Orte wurde von PROJECT M plausibilisiert.

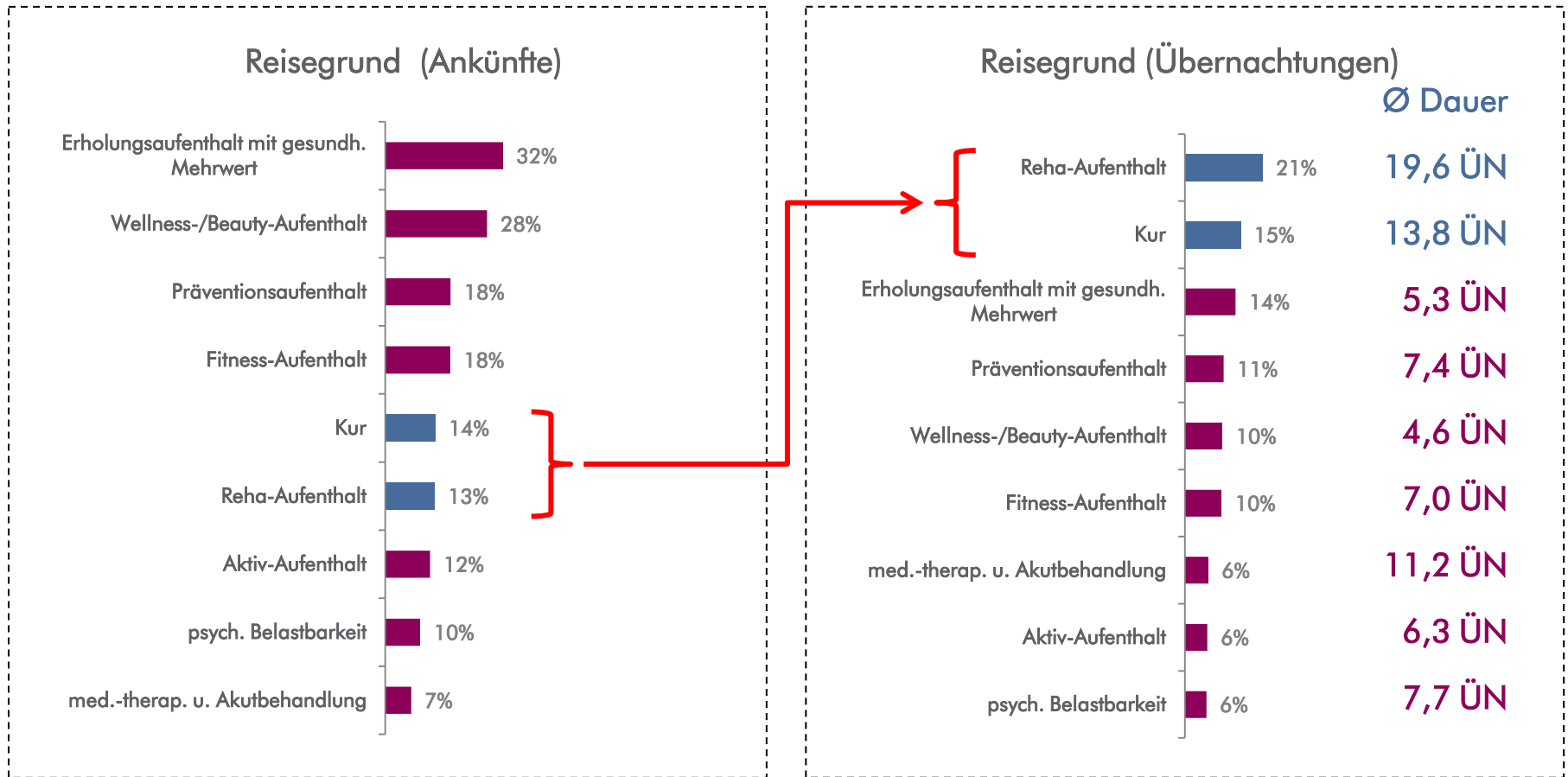
Basis: teilnehmende Heilbäder und Kurorte an Health Infra aus MV, n = 14

Quelle: Health Infra Erfassung der Kurorte und Heilbäder, © PROJECT M 2016

Strandurlaub als zentrales Urlaubsmotiv. Teilweise Spezialthemen besetzt, z.B. Zingst.



„Weiche“ gesundheitstouristische Themen als Reiseanlässe am wichtigsten, medizinisch-therapeutische Reiseformen bei Übernachtungen bedeutender.



Frage: a) Was war der Hauptgrund für Ihren Aufenthalt, bei dem Sie aktiv etwas für Ihre Gesundheit getan haben? (Mehrfachnennung möglich);

b) Wie viele Übernachtungen umfasste diese Reise insgesamt?

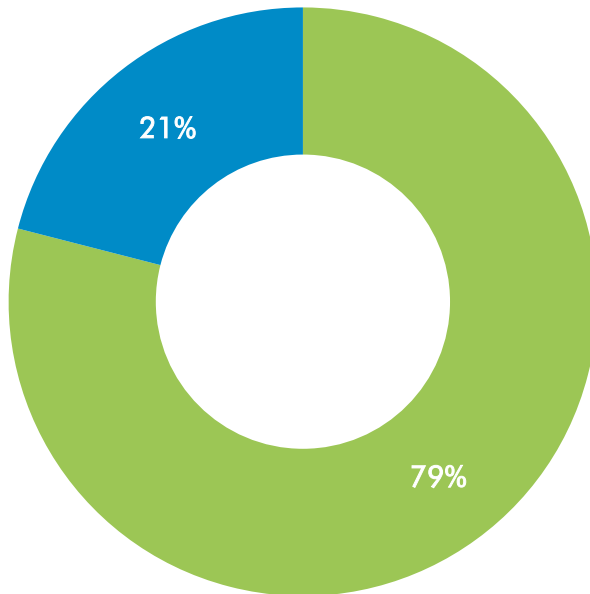
Basis: Gesundheitsaufenthalte mit Übernachtung, die die deutsche Wohnbevölkerung in den letzten zwölf Monaten in einem Kurort verbracht hat (alle Altersgruppen), Übernachtungsaufenthalte n = 2.684

Quelle: Health Infra Bevölkerungsrepräsentative Gästebefragung, © PROJECT M 2016

Der Anteil an Tagesgästen mit Gesundheitsaktivitäten ist in MV hoch, aber ebenfalls weniger ausgeprägt als deutschlandweit.

Tagesaufenthalte D

■ Aufenthalt mit gesundheitl. Aktivität ■ sonstiger Aufenthalt



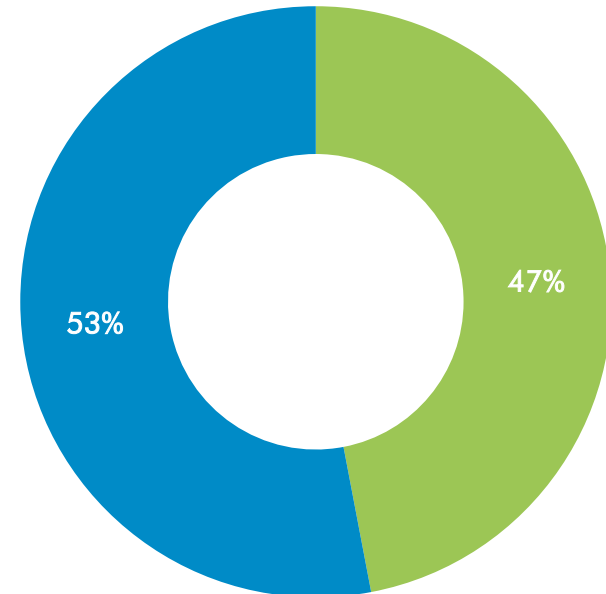
Frage: Haben Sie bei Ihrem letzten bzw. einzigen Aufenthalt in einem Heilbad oder Kurort aktiv etwas für Ihre Gesundheit getan?

Basis: Gesundheitsaufenthalte ohne Übernachtung, die die deutsche Wohnbevölkerung in den letzten zwölf Monaten in einem Kurort verbracht hat (alle Altersgruppen), Tagesaufenthalte n = 2.006

Quelle: Health Infra Bevölkerungsrepräsentative Gästebefragung, © PROJECT M 2016

Tagesaufenthalte MV (Selbsteinschätzung)

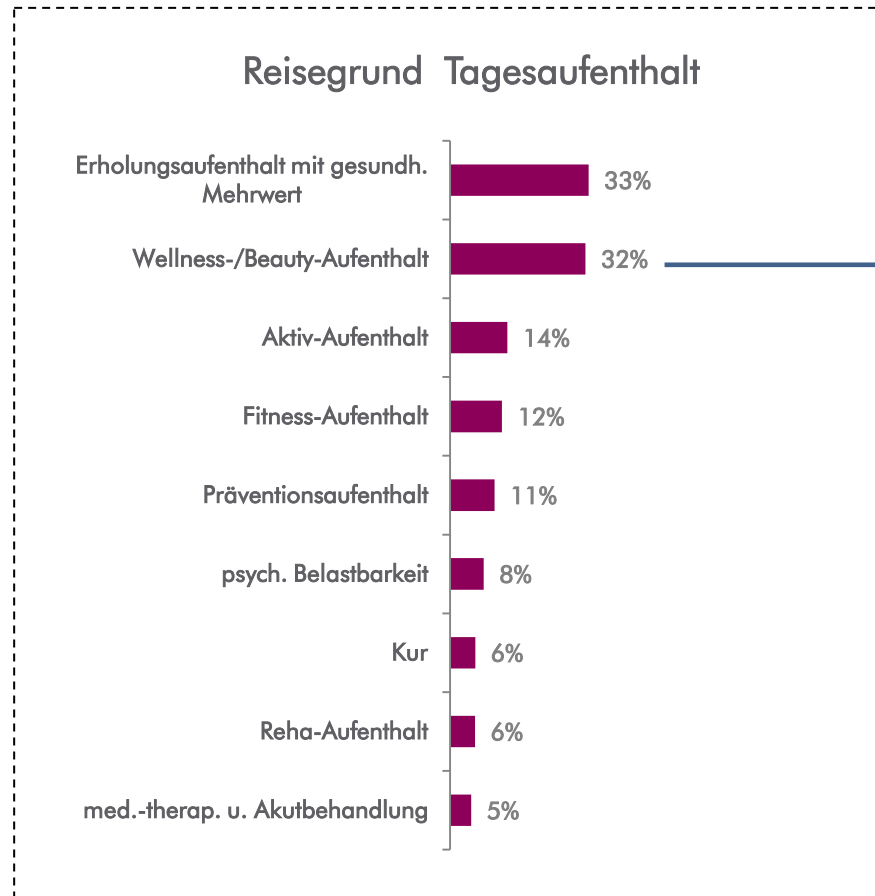
■ Aufenthalt mit gesundheitl. Aktivität ■ sonstiger Aufenthalt



Frage: Wie hoch schätzen Sie den prozentualen Anteil der gesundheitlich motivierten Reisenden an allen Freizeitreisenden ein? Hinweis: Schätzung der Orte wurde von PROJECT M plausibilisiert.

Basis: teilnehmende Heilbäder und Kurorte an Health Infra aus MV, n = 14
Quelle: Health Infra Erfassung der Kurorte und Heilbäder, © PROJECT M 2016

„Weiche“ gesundheitstouristische Themen als Reiseanlässe bei Tagesaufenthalten deutlicher vorn als bei Übernachtungsaufenthalten.



hohe Bedeutung von Thermen und Bädern

Frage: a) Was war der Hauptgrund für Ihren Aufenthalt, bei dem Sie aktiv etwas für Ihre Gesundheit getan haben? (Mehrfachnennung möglich);

Basis: Gesundheitsaufenthalte mit Übernachtung, die die deutsche Wohnbevölkerung in den letzten zwölf Monaten in einem Kurort verbracht hat (alle Altersgruppen), Tagesaufenthalte n = 2.006

Quelle: Health Infra Bevölkerungsrepräsentative Gästebefragung, © PROJECT M 2016

Hoher Anteil an selbstfinanzierten Aufenthalten, besonders bei Tagesgästen – große Variation nach Reisegrund (Beispiel: Reha).

Tagesgäste			Übernachtungsgäste	
Gesamt	Reha		Gesamt	Reha
84 %	24 %	selbstfinanziert	68 %	11 %
7 %	23 %	teilfinanziert	16 %	24 %
7 %	53 %	vollständig fremdfinanziert	16 %	66 %
2%	0%	k.A.	0%	0%

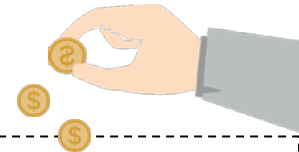
Frage: Wie war der Aufenthalt finanziert?

Basis: Deutsche Wohnbevölkerung, die in den letzten zwölf Monaten einen Gesundheitsaufenthalt mit oder ohne Übernachtung in einem Kurort verbracht hat (alle Altersgruppen), n = 2.006 für Tagesgäste / n = 2.684 für Übernachtungsgäste; Abweichungen von 100% sind rundungsbedingt.

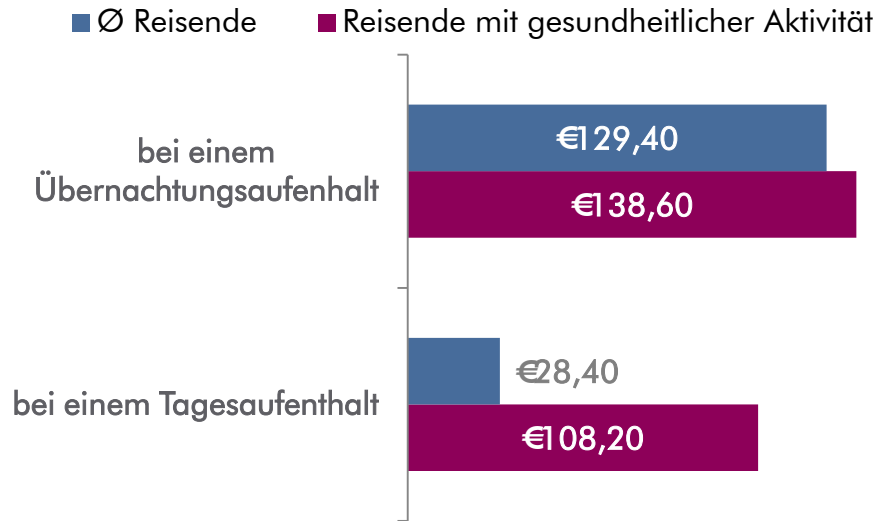
Quelle: Health Infra Bevölkerungsrepräsentative Gästebefragung, © PROJECT M 2016



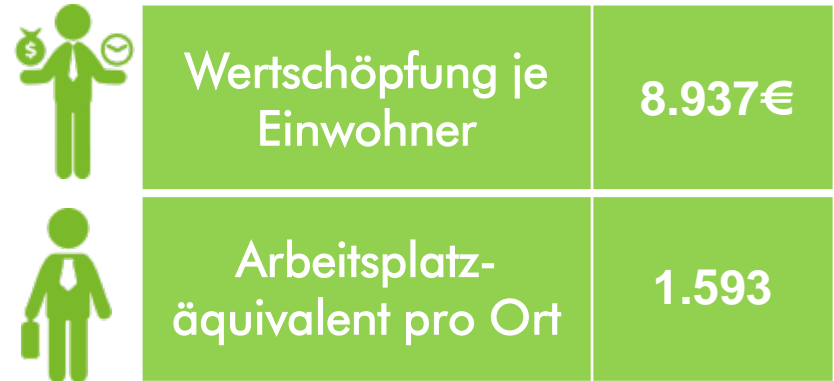
Gesundheitsreisende geben mehr Geld aus als der durchschnittliche Reisende, v.a. bei Tagesaufenthalten: knapp viermal so hoch.



Ausgabeverhalten



Wertschöpfung Gesundheitsreisende Ø 14 Orte in MV



Frage: (je nach Filter: 1)selbstfinanziert, 2) teilfinanziert, 3)vollständig fremdfinanziert)

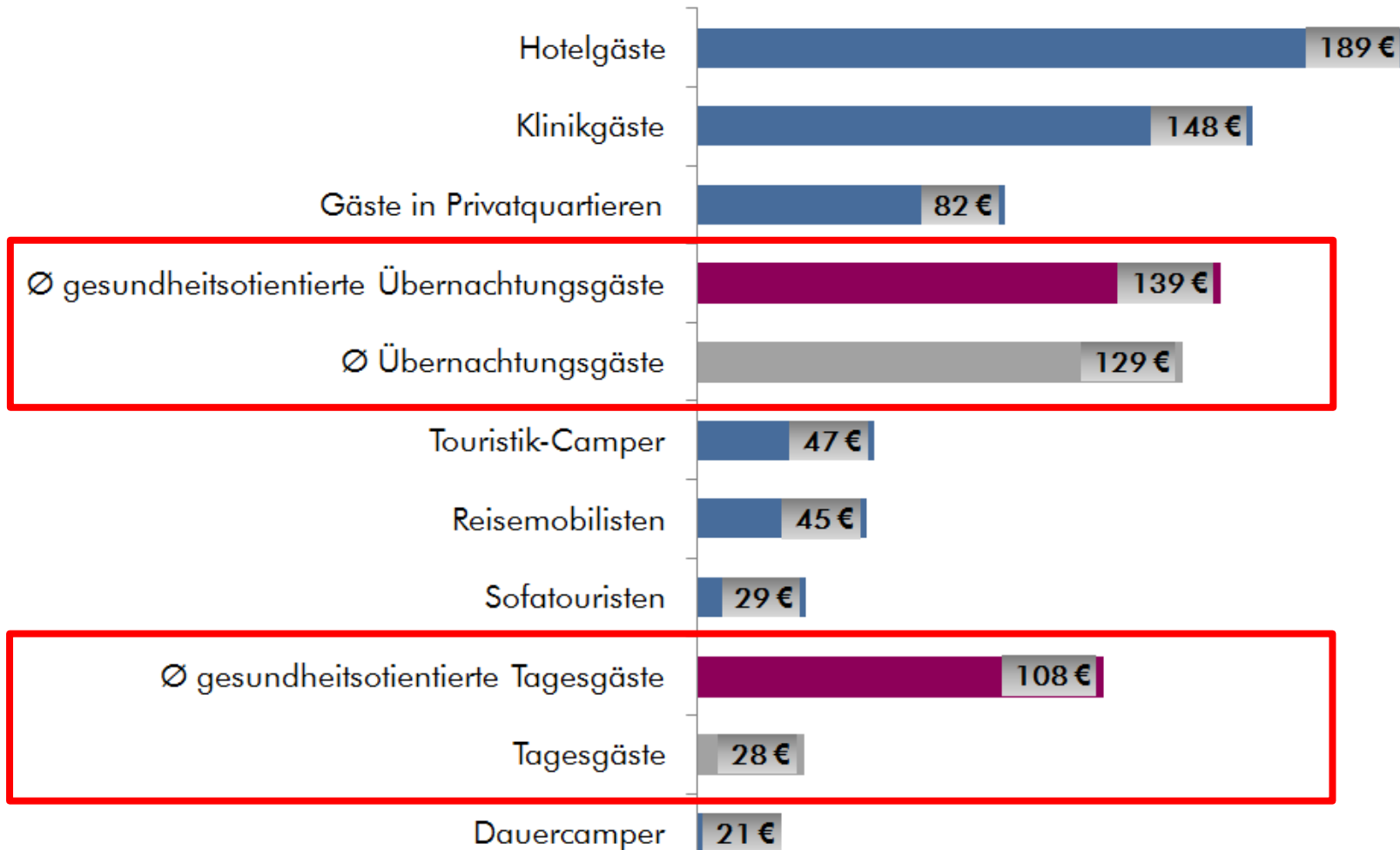
1) Bitte schätzen Sie nun Ihre Ausgaben während des Aufenthaltes in Ort XY ein. Wie viel haben Sie für die folgenden Leistungen im Durchschnitt pro Person und Tag in etwa ausgegeben? 2) Wie viel haben Sie inkl. des gewährten Zuschusses für die folgenden Leistungen im Durchschnitt pro Person und Tag in etwa ausgegeben?

3) Wie viel haben Sie privat, also ohne Erstattung durch Krankenkasse, Versicherung oder den Arbeitgeber, zusätzlich für die folgenden Leistungen im Durchschnitt pro Person und Tag in etwa ausgegeben?

Basis: Deutsche Wohnbevölkerung, die in den letzten zwölf Monaten einen Gesundheitsaufenthalt mit oder ohne Übernachtung in einem Kurort verbracht hat (alle Altersgruppen), n = 1.276 für Tagesgäste / n = 913 für Übernachtungsgäste außerhalb der Kliniken

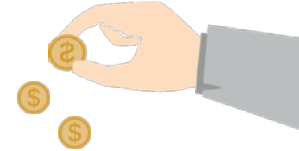
Quelle: Health Infra Bevölkerungsrepräsentative Gästebefragung, © PROJECT M 2016 „Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland“ © dwif 2010 und „Tagesreisen der Deutschen 2013“ © dwif 2013; Preissteigerungen nach „Verbraucherpreisindex für Deutschland“ © destatis 2015

Gesundheitsgäste haben deutlich höhere Ausgaben und führen zu substantiell mehr Wertschöpfung.



Quellen: „Health Infra Gästebefragung“, © PROJECT M 2016 „Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland“ © dwif 2010 und „Tagesreisen der Deutschen 2013“ © dwif 2013; Preissteigerungen nach „Verbraucherpreisindex für Deutschland, eigene Berechnungen.

Gesundheitstagesgäste tätigen erheblichen Ausgaben für gesundheitliche Anwendungen, insbesondere im Bereich Wellness und Beauty.

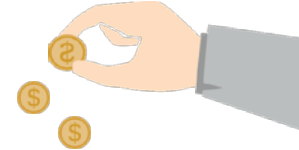


	Ausgaben Tagesgäste
Therapie-, Präventions-/Vorsorge- & Kuranwendungen	18,00 €
Angebote zu Bewegung, Ernährung & Entspannung	18,30 €
Medizinische Leistungen	7,40 €
Wellness- & Beautyanwendungen	27,80 €
Eintritte zu Einrichtungen (Therme, Sauna, o.Ä.)	10,40 €
Sonstige Gesundheitsleistungen	1,30 €
Sonstiges (Lebensmittel, Verpflegung o.Ä. ohne Freizeit)	25,00 €
Gesamt	108,20 €

→ hohe Bedeutung von Thermen und Bädern

Quellen: „Health Infra Gästebefragung“, © PROJECT M 2016; „Tagesreisen der Deutschen 2013“ © dwif 2013; Preissteigerungen nach „Verbraucherpreisindex für Deutschland, eigene Berechnungen.

Diejenigen, die Leistungen in Anspruch nehmen, tätigen erheblich Ausgaben, v.a. für therapeutische und medizinische Leistungen.



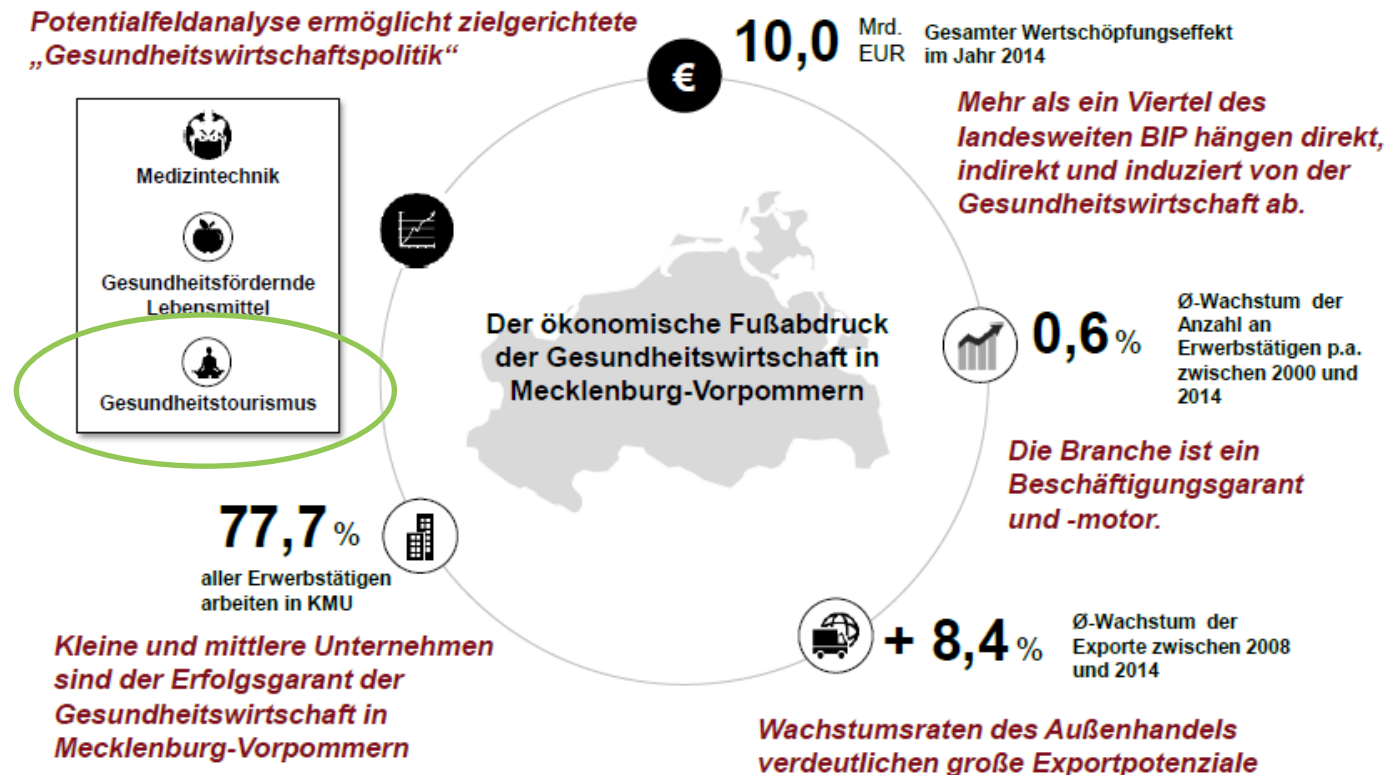
Anteile der Befragten, die während des Aufenthalts tatsächlich eine der genannten Gesundheitsleistungen in Anspruch genommen haben, und diesbezügliche Ausgaben

	Tagesgäste	
	Anteil	Ø-Ausgaben wenn in Anspruch genommen
Therapie-, Präventions-/Vorsorge- & Kuranwendungen	23%	87,70 €
Medizinische Leistungen	11%	90,20 €
Angebote zu Bewegung, Ernährung & Entspannung	64%	31,70 €
Wellness- & Beautyanwendungen	43%	69,60 €
Eintritte zu Einrichtungen (Therme, Sauna, o.ä)	29%	42,00 €
Sonstiges	2%	63,30 €

Quellen: „Health Infra Gästebefragung“, © PROJECT M 2016; „Tagesreisen der Deutschen 2013“ © dwif 2013; Preissteigerungen nach „Verbraucherpreisindex für Deutschland, eigene Berechnungen.

Gesundheitstourismus als Potentialfeld im ökonomischen Fußabdruck der Gesundheitswirtschaft MV erfasst.

Abb. 20: Die fünf zentralen Ergebnisse des ökonomischen Fußabdrucks der Gesundheitswirtschaft für Mecklenburg-Vorpommern.



Quelle: Eigene Berechnungen; Statistisches Bundesamt, Gesundheitswirtschaftliche Gesamtrechnung für Deutschland (BMWi), VGR der Länder, Bundesagentur für Arbeit (2015).

Ökonomischer Fußabdruck der Gesundheitswirtschaft MV betont die Potenziale für MV im Gesundheitstourismus.

- überdurchschnittlicher Beschäftigungsaufbau
 - im Deutschlandvergleich mehr als doppelt so hohe Bedeutung des Gesundheitstourismus hinsichtlich des Bruttowertschöpfungsanteils
- „hohe und steigende Bedeutung des Potentialfelds Gesundheitstourismus in Mecklenburg-Vorpommern“
- „Dabei gilt es, den starken Beschäftigungsaufbau zukünftig auch in ähnlichem Maße in Bruttowertschöpfungszuwächse umzusetzen.“





Der ökonomische Fußabdruck der Gesundheitswirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern

Analyse der volkswirtschaftlichen Bedeutung für Wirtschaftswachstum, Arbeitsmarkt und Außenhandel unter besonderer Berücksichtigung des Mittelstandes




Ökonom. Fußabdruck zeigt hohe Bedeutung der Wertschöpfung durch Gesundheitstourismus. Health Infra mit höherem Ergebnis.

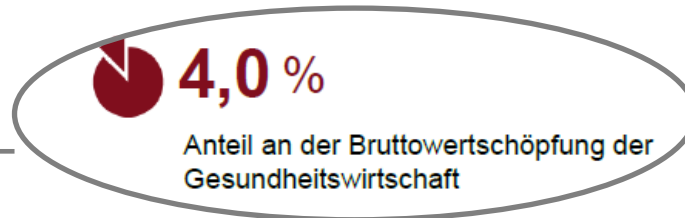
Abb. 18: Entwicklung des Gesundheitstourismus innerhalb der Gesundheitswirtschaft.

Vergleich Ergebnis der 14 Teilnehmer:
437 Mio. €
Nettowertschöpfung (1. Stufe)

Beitrag **mehr als doppelt so hoch** wie im deutschlandweiten Vergleich



Anstieg der Bruttowertschöpfung zwischen 2000 und 2014



Ø-Wachstum p.a. zwischen 2000 und 2014, preisbereinigt

Quelle: Eigene Berechnungen; Statistisches Bundesamt, Gesundheitswirtschaftliche Gesamtrechnung für Deutschland (BMWi), VGR der Länder, Bundesagentur für Arbeit (2015).

Die Differenz in den Ergebnissen der zwei Untersuchungen lässt sich auf drei Gründe zurückführen.

- Ökonomischer Fußabdruck arbeitet mit enger gefasste **Definition von Gesundheitstourismus:**
„Gesundheitstourismus ist jener Zweig der Gesundheits- und Tourismuswirtschaft, der zur Erhaltung und Wiederherstellung der Gesundheit und zum ganzheitlichen Wohlbefinden insbesondere unter Inanspruchnahme medizinisch fundierter Dienstleistungen beiträgt.“
Quelle: Abschlussbericht Konferenz Gesundheitswirtschaft 2013.
- **Betriebe unter 10 Betten** wurden in Health Infra berücksichtigt.
- **Tagesgäste** und deren klar **überdurchschnittliches Ausgabeverhalten** wurden in Health Infra genauer berücksichtigt.



- **Gesundheitsreisende geben mehr Geld aus** als der durchschnittliche Reisende – bei Tagesreisen rund viermal soviel
- gesundheitstouristisch bedingte **Wertschöpfung** ist auch in den MV-Orten ausgesprochen hoch, die bestätigt auch der „Ökonomische Fußabdruck der Gesundheitswirtschaft“
- Wichtigste **Motive** für einen Gesundheitsaufenthalt sind Lifestyle-orientiert – die meisten Übernachtungen generieren jedoch stärker medizinisch-therapeutische Aufenthalte
- **Anteil Gesundheitsreisende** in Heilbädern und Kurorten hoch – in MV ebenfalls – jedoch aufgrund der touristischen Prägung niedriger als deutschlandweit
- **Prädikate** politisch wichtig und kundenseitig sympathisch – bei 1/3 der Gesundheitsreisenden sind sie reiseentscheidungsrelevant
Prädikat See(heil)bad weitgehend bekannt

- **Barrierefreiheit** für 40% der Gesundheitsreisenden wichtig und in den Orten bereits überwiegend gut umgesetzt
- **Allergikerfreundlichkeit** inzwischen noch wichtiger als Barrierefreiheit – hier scheint es in den Orten noch Nachholbedarf zu geben
- **Grünanlagen, Thermen und Bäder** sind den Gesundheitsreisenden besonders wichtig, „klassische“ kurörtliche Infrastruktur weniger wichtig, erhebliche Unterschiede je nach Reisegrund



1

Impulsvortrag: Überblick der Studienergebnisse

2

Klärung von Rückfragen rund um „Health Infra“

3

Workshop: Zukunftsfähige und wirtschaftlich tragfähige Infrastruktur in Kur- und Erholungsorten

4

Weitere Vorgehensweise



Haben Sie Fragen rund um „Health Infra“?

- Fragen zu Gliederung und Aufbau
- Methodische Fragen
- Inhaltliche Fragen zur Gästebefragung
- Inhaltliche Fragen zum Thema Infrastruktur
- Inhaltliche Fragen zur ökonomischen Bedeutung des Themas Gesundheit



1

Impulsvortrag: Überblick der Studienergebnisse

2

Klärung von Rückfragen rund um „Health Infra“

3

Workshop: Zukunftsfähige und wirtschaftlich tragfähige Infrastruktur in Kur- und Erholungsorten

4

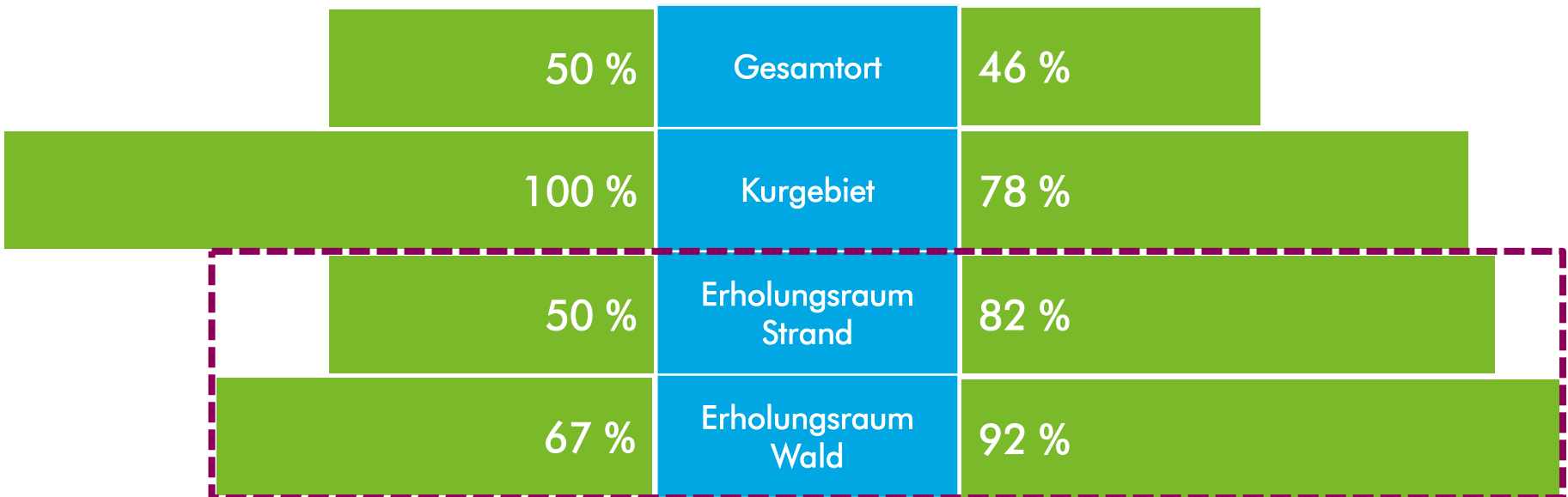
Weitere Vorgehensweise



Inanspruchnahme der Erholungsräume Strand und Wald deutlich geringer als die Einbindung in gesundheitstourist. Programme

Inanspruchnahme durch
Gesundheitsreisende:
(Anteil „hoch“)

Einbindung in
gesundheitstourist.
Programme:
(Anteil „ja“)



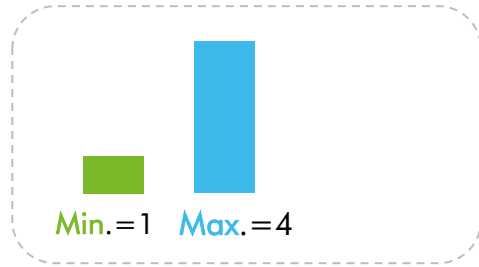
Basis: teilnehmende Heilbäder und Kurorte an Health Infra aus MV, (n = 14)
Quelle: Health Infra Erfassung der Heilbäder und Kurorte, © PROJECT M 2016

Medizinisch-therapeutische Einrichtungen nicht in jedem Ort vorhanden – Schwerpunkt auf Service- und Basiseinrichtungen

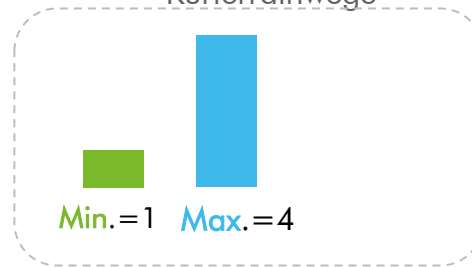
Anzahl an Einrichtungen im Ort



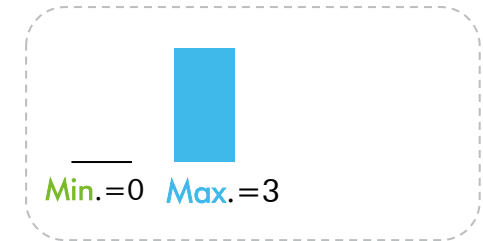
Serviceeinrichtungen:
Tourist Info, Haus des Gastes



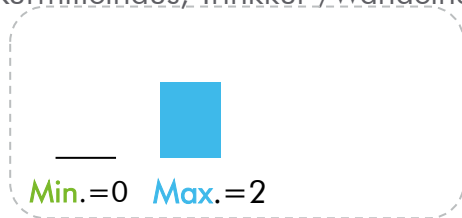
Gesundheitsorientierte Basiseinrichtungen:
Kurpark-/promenade, Kurterrainwege



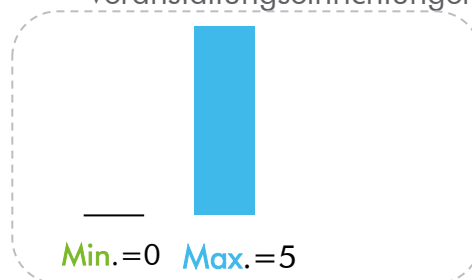
Thermen & Bäder:



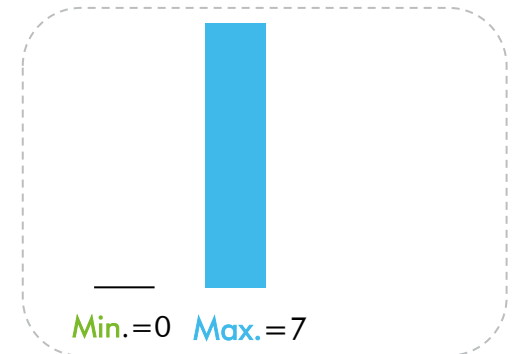
Medizinisch-therapeutische Einrichtungen:
Kurmittelhaus, Trinkkur-/Wandelhalle



Aktivitätsinfrastruktur:
Kurhaus, Veranstaltungseinrichtungen










Sonstige Einrichtungen:



Basis: teilnehmende Heilbäder und Kurorte an Health Infra aus MV, (n = 14)
Quelle: Health Infra Erfassung der Heilbäder und Kurorte, © PROJECT M 2016

Einrichtungen teils von geringer Aktualität – deutliche Investitionen in gesundheitsorientierte Basisinfrastruktur und Bäder geplant.

14 teilnehmende Orte in Mecklenburg-Vorpommern	letzte Renovierung/Neubau	Investitionen in den nächsten 3 Jahren	Investierte Einrichtungen
Serviceeinrichtungen gesamt		545.000 €	8
Med.-therap. Einrichtungen gesamt		200.000 €	2
Gesundheitsorientierte Basisinfrastruktur: Kurpark/Grünanlagen		1.781.000 €	8
Kurterrain-/Gesundheitswege		2.555.000 €	6
Aktivitätsinfrastruktur: Veranstaltungseinrichtung/Kurhaus		1.550.000 €	8
Bäder: Thermen und Badeeinrichtungen		6.450.000 €	4
Sonstige gesundheitsfördernde Einrichtungen: Sportanlagen (Indoor)		550.000 €	1

Basis: teilnehmende Heilbäder und Kurorte an Health Infra aus MV, n = 14
 Quelle: Health Infra Erfassung der Heilbäder und Kurorte, © PROJECT M 2016

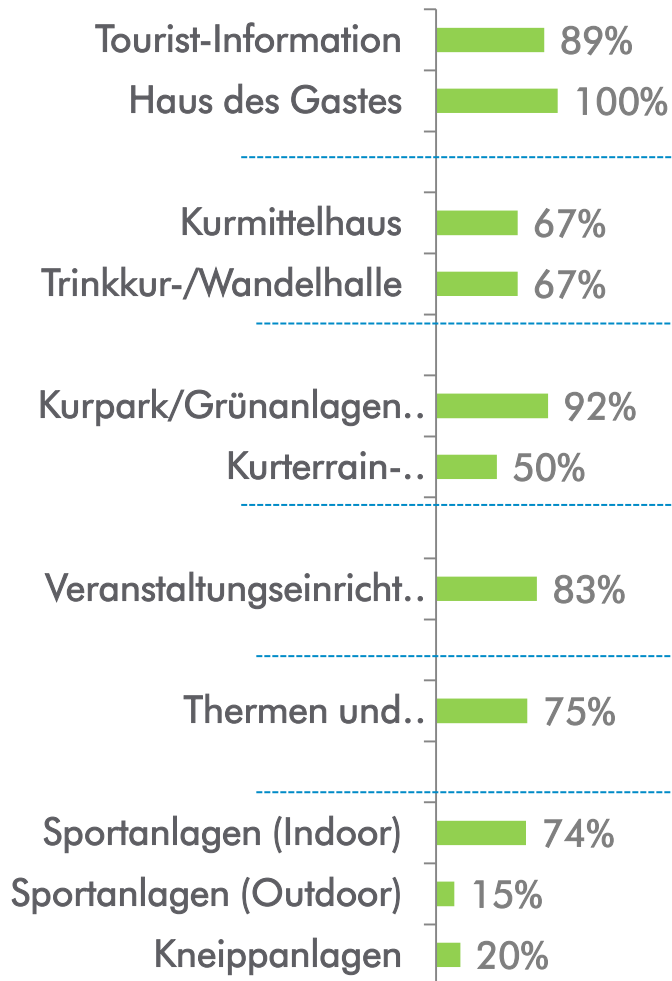
Legende:

 vor bis zu 3 Jahren  vor bis zu 10 Jahren  vor mehr als 10 Jahren

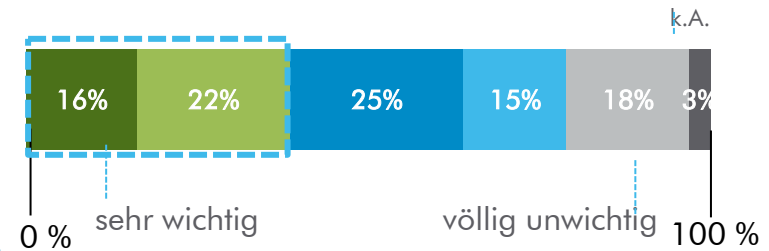
Health Infra Auswertungstagung MV | 04.05.16 46

Barrierefreiheit ist aus Kundensicht wichtig und wird in den beteiligten Orten weiter vorangetrieben.

Anteil mit Barrierefreiheit (in %)



Wichtigkeit Barrierefreiheit aus Kundensicht(in %):



Frage: Wie wichtig waren Ihnen die folgenden Ortseigenschaften bei Ihrem Aufenthalt? Bitte bewerten Sie auf einer Skala von 1= „sehr wichtig“ bis 5= „völlig unwichtig“

Basis: Gesundheitsaufenthalte mit oder ohne Übernachtung, die die deutsche Wohnbevölkerung in den letzten zwölf Monaten in einem Kurort verbracht hat (alle Altersgruppen), n = 4.689

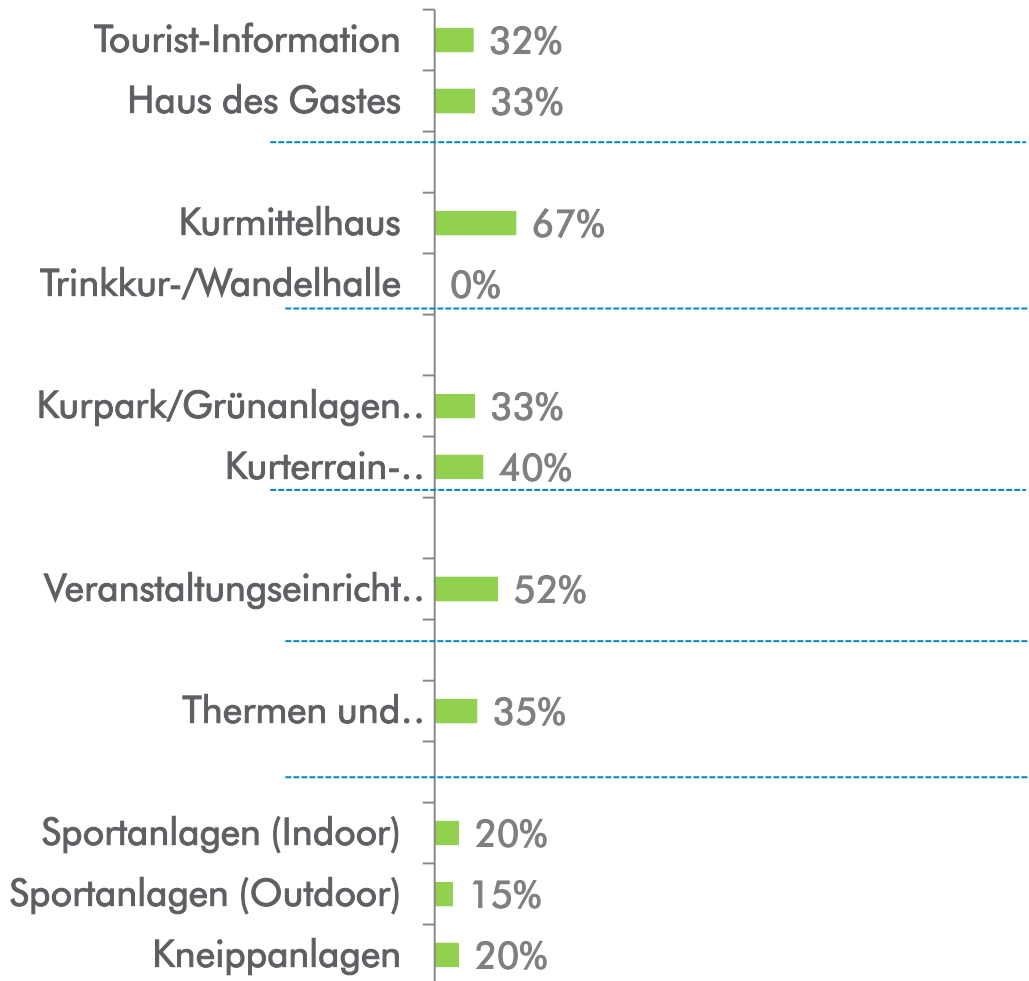
Quelle: Health Infra Bevölkerungsrepräsentative Gästebefragung, © PROJECT M 2016

Abweichungen von 100% ergeben sich aus der Rundung

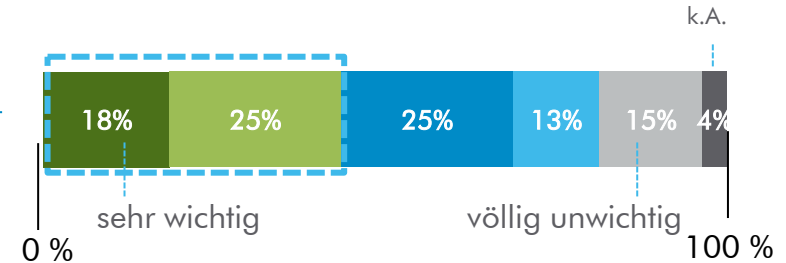


Allergikerfreundlichkeit ist aus Kundensicht noch bedeutender als Barrierefreiheit – in MV bisher weniger verbreitet.

Anteil mit Allergikerfreundlichkeit (in %)



Wichtigkeit Allergikerfreundlichkeit aus Kundensicht (in %):



Frage: Wie wichtig waren Ihnen die folgenden Ortseigenschaften bei Ihrem Aufenthalt? Bitte bewerten Sie auf einer Skala von 1= „sehr wichtig“ bis 5= „völlig unwichtig“

Basis: Gesundheitsaufenthalte mit oder ohne Übernachtung, die die deutsche Wohnbevölkerung in den letzten zwölf Monaten in einem Kurort verbracht hat (alle Altersgruppen), n = 4.689

Quelle: Health Infra Bevölkerungsrepräsentative Gästebefragung, © PROJECT M 2016

Abweichungen von 100% ergeben sich aus der Rundung



Quelle: Health Infra Erfassung der Heilbäder und Kurorte, © PROJECT M 2016, Basis: teilnehmende Heilbäder und Kurorte an Health Infra aus MV, n = 14

Welche vier Einrichtungskategorien sollen im Workshop vertiefend betrachtet werden?

- Serviceeinrichtungen (Tourist-Information, Haus des Gastes)
- Kurpark / Kurpromenade
- Wegeinfrastruktur: Kurterrainwege / Gesundheits- bzw. Aktivwege
- Therme / Badeeinrichtung
- Kurmittelhaus
- Kurhaus / Veranstaltung
- Gesamtort - Fokus Kurgelände
- Erholungsraum Strand
- Erholungsraum Wald



Ortsgestaltung



<http://hostel-warneemuende.de>

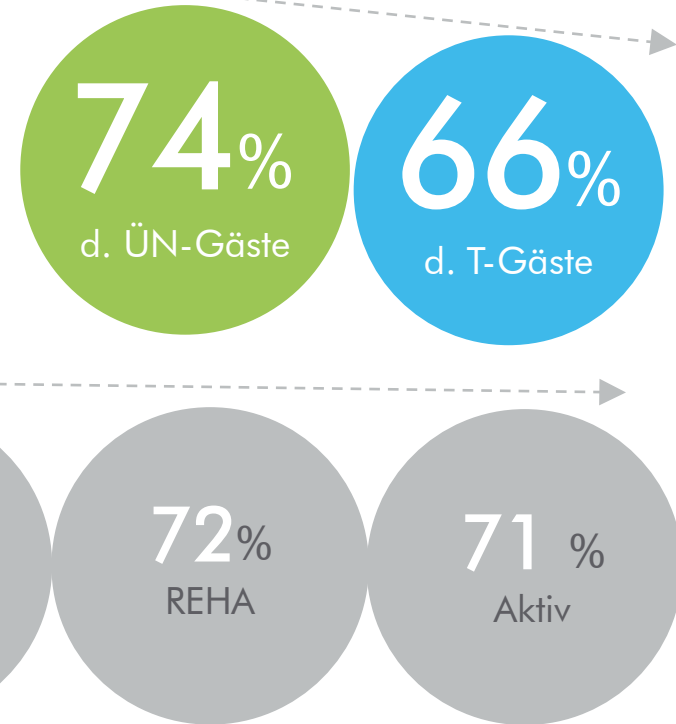
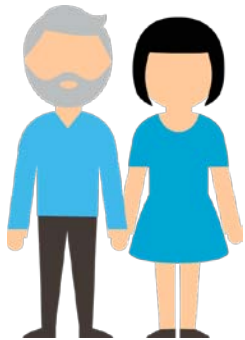
Eine ansprechende Ortsgestaltung speziell des Kurggebietes ist von hoher Bedeutung – Entspricht den Einschätzungen der Orte selbst

Zur Erinnerung: Inanspruchnahme des...

... Kurggebietes **100 %** ... Gesamtortes **50 %**

Ortsgestaltung

Wichtigkeit einer ansprechenden Ortsgestaltung bei gesundheitlichen Aufenthalten (Top-Two Box)



...nach Art der Gäste

...nach Reisemotivation

Frage: Wie wichtig waren Ihnen die folgenden Aspekte bei Ihrem Aufenthalt? - Top-Two-Box (Skala 1-5 mit 1 = sehr wichtig und 5 = völlig unwichtig)
Dargestellt ist der Anteil der Befragten, denen der jeweilige Aspekt wichtig oder sehr wichtig ist. (Top Two Box)

Quelle: Health Infra Erfassung der Heilbäder und Kurorte, © PROJECT M 2016 (n=14)

Quelle: Health Infra Bevölkerungsrepräsentative Gästebefragung, © PROJECT M 2016 (n=3.202)

Nachholbedarf hinsichtlich Barrierefreiheit und Allergikerfreundlichkeit trotz jüngerer Investitionen – Investitionen geplant



Ganzheitliche Ortsentwicklung nach den Grundsätzen des Erlebnisraumdesigns zur Schaffung eines schlüssigen Gesamtbildes

Gesamtort

Trends:

langfristig angelegtes **örtliches** und möglichst auch **regionales Infrastrukturentwicklungskonzept**

Kristallisationspunkte und Leistungsbündelung um Reiseanlässe zu generieren und Folgeinvestitionen auszulösen

vitale, lebendige und attraktive **Orte mit Wohlfühlambiente** als Gegenwelt zum Alltag der Menschen

emotionales, authentisches **Ambiente und Atmosphäre**

standortspezifische **Kombinationen** mehrerer **sich ergänzender Teilstrategien** für **öffentliche und private Partner**

Schwerpunkte und Impulse setzen – **zielgruppenbezogene Definition von Schlüsselinfrastruktur**

St. Peter-Ording: Relaunch eines der bekanntesten Nordseebäder durch Erlebnisraumdesign und Schlüsselinfrastruktur



Erlebnispromenade

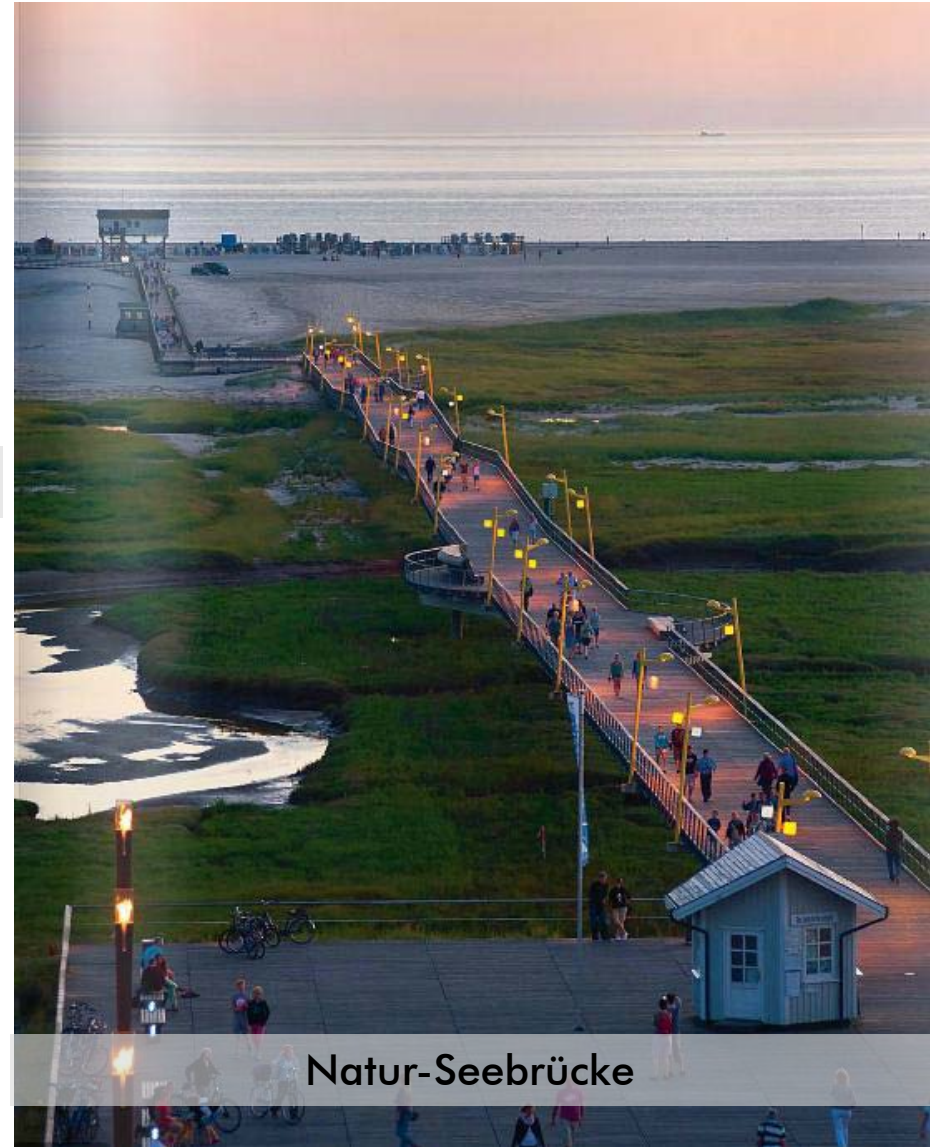


Innerörtliche Gestaltung



Zentraler Veranstaltungslatz







Strandpromenade



Erholungsraum Strand & Wald

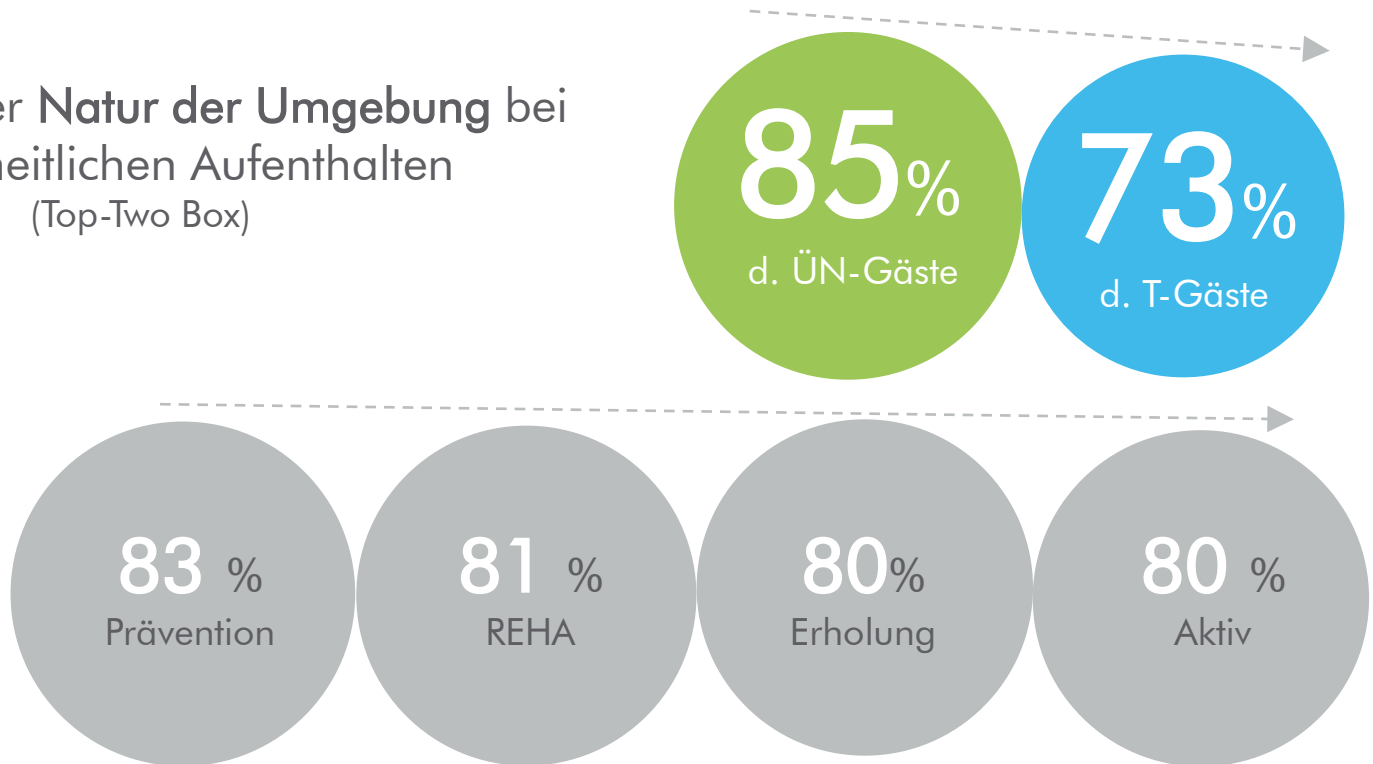
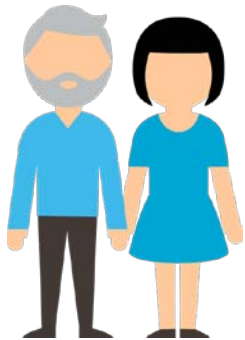


Große Bedeutung der natürlichen Erholungsräume im Ort und im Umfeld für die Gäste bei geringerer Einschätzung durch die Orte

Zur Erinnerung: Inanspruchnahme des...

... Erholungsraumes Wald **67 %** ... Erholungsraumes Strand **50 %**

Wichtigkeit der **Natur der Umgebung** bei gesundheitlichen Aufenthalten (Top-Two Box)



...nach Art der Gäste

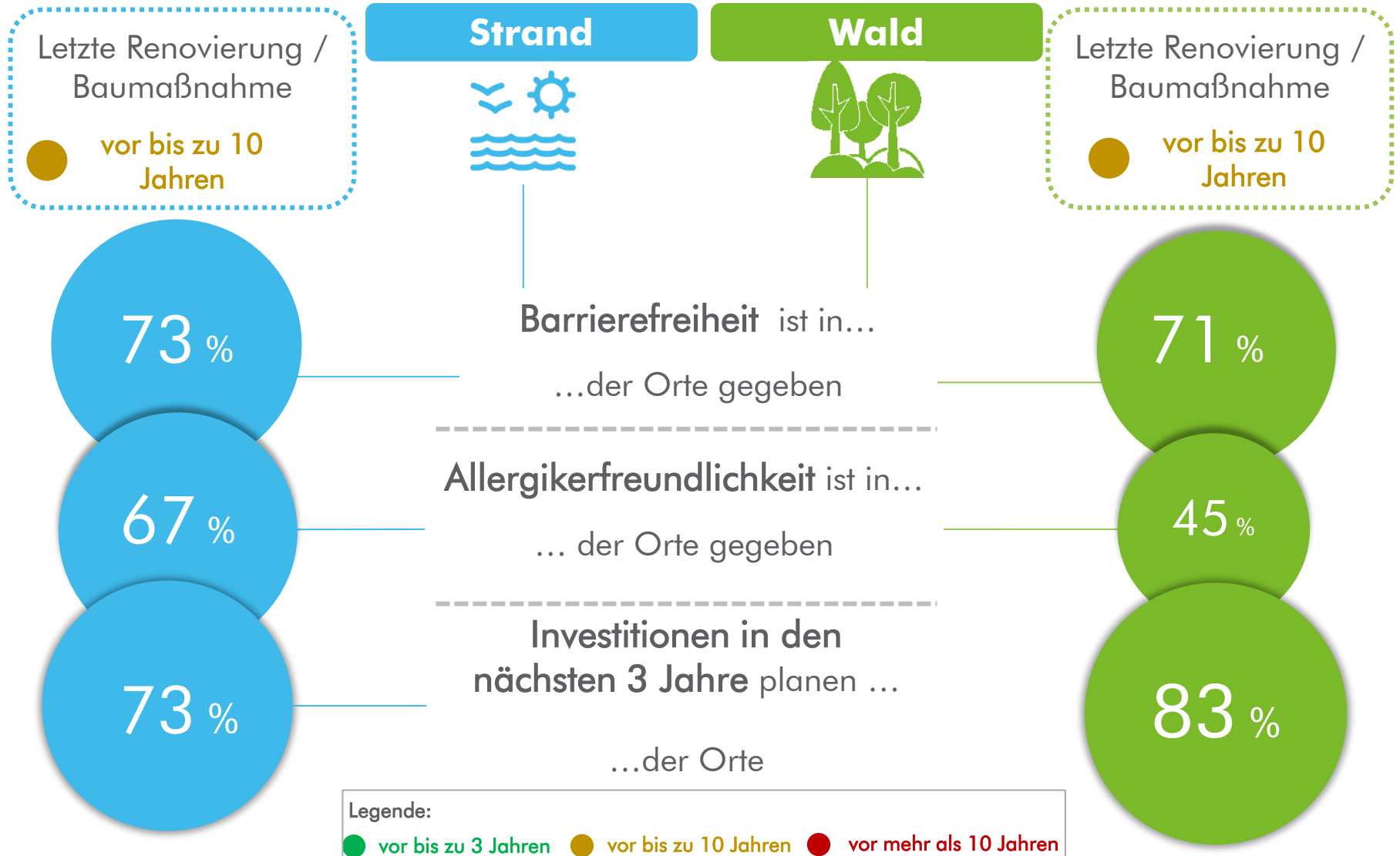
...nach Reismotivation

Frage: Wie wichtig waren Ihnen die folgenden Aspekte bei Ihrem Aufenthalt? - Top-Two-Box (Skala 1-5 mit 1 = sehr wichtig und 5 = völlig unwichtig)
 Dargestellt ist der Anteil der Befragten, denen der jeweilige Aspekt wichtig oder sehr wichtig ist. (Top Two Box)

Quelle: Health Infra Erfassung der Heilbäder und Kurorte, © PROJECT M 2016 (n=14)

Quelle: Health Infra Bevölkerungsrepräsentative Gästebefragung, © PROJECT M 2016 (n=3.202)

Investitionen sind in den meisten Orten geplant – Schwerpunkt im Bereich der Wälder als „Heilwald“ sowie Ausbau der Strände



Diversifizierung des Angebots durch gezielte Attraktivierung des Strandes und gleichzeitiger Aktivierung des „Hinterlandes“

Strand & Wald

Trends:



Profilierung des Angebotes durch thematische Strandentwicklung

Schaffung zielgruppenorientierter

Teilabschnitte (z.B. Sportstrand, Familienstrand, ...)

Einheitliche und durchgängige Möblierung der Teilbereiche der Strände

Erweiterung der Angebotspalette durch Aktivierung weiterer natürlicher Erlebnis- bzw. Erholungsräume

Wald als Erlebnisraum für gezielte Bewegung und spezifische landschafts- bzw. klimatherapeutische Angebote



Inwertsetzung der Waldareale durch gesundheitsbezogene Aufladung des Wegenetzes

Verknüpfung des Waldes mit dem Hauptort und Schaffung eines Gesamterlebnisraumes





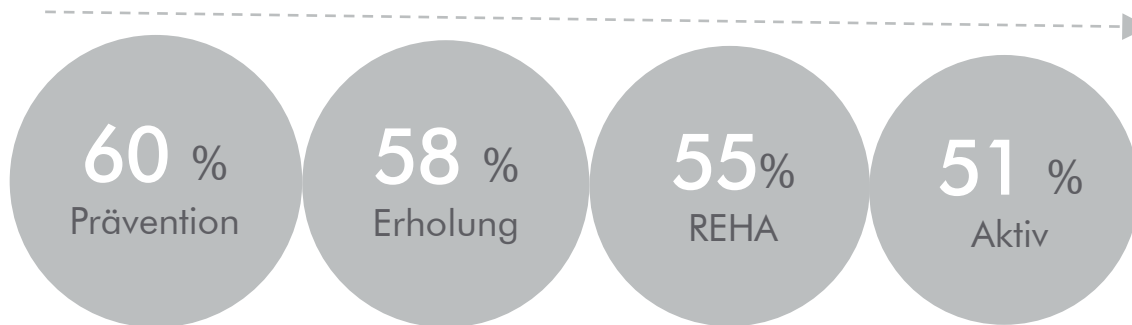
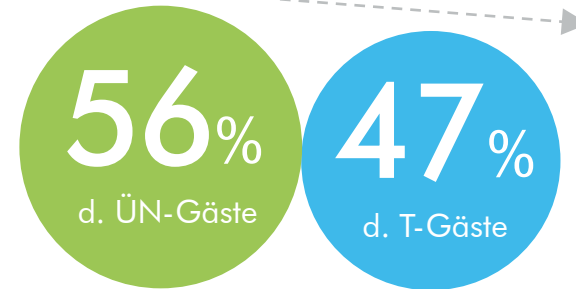
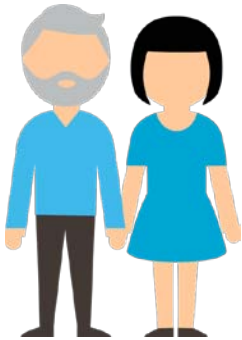
Serviceeinrichtungen



Übernachtungsgäste messen den Serviceeinrichtungen eines Heilbades und Kurortes einen höheren Wert bei als Tagesgäste

Serviceeinrichtungen

Wichtigkeit der Serviceeinrichtungen bei gesundheitlichen Aufenthalten (Top-Two Box)



...nach Art der Gäste

...nach Reisemotivation

Frage: Wie wichtig waren Ihnen die folgenden Aspekte bei Ihrem Aufenthalt? - Top-Two-Box (Skala 1-5 mit 1 = sehr wichtig und 5 = völlig unwichtig)
 Dargestellt ist der Anteil der Befragten, denen der jeweilige Aspekt wichtig oder sehr wichtig ist. (Top Two Box)

Quelle: Health Infra Bevölkerungsrepräsentative Gästebefragung, © PROJECT M 2016 (n=3.202)

Barrierefreiheit fast in allen Einrichtungen umgesetzt – Defizit bzgl. Allergikerfreundlichkeit – Gesamt nur wenige Investitionen geplant

Serviceeinrichtungen

Letzte Renovierung /Umbau



Barrierefreiheit ist in...
...der Orte gegeben



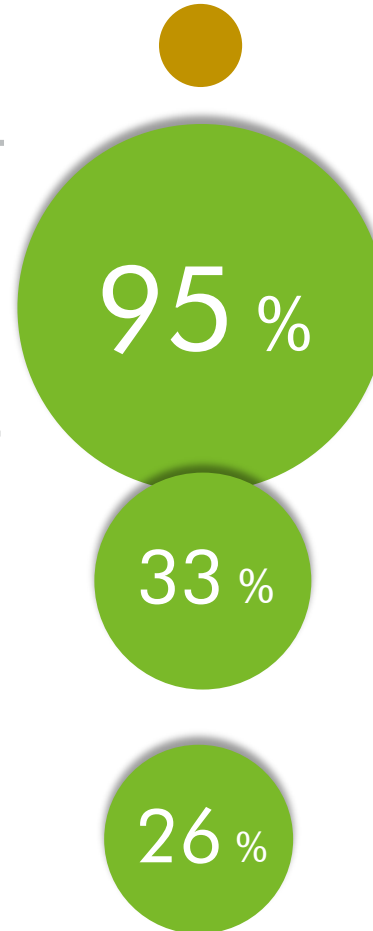
Allergikerfreundlichkeit ist in...
... der Orte gegeben



Investitionen in den nächsten
3 Jahre für ...
... der Einrichtungen geplant

Legende:

- vor bis zu 3 Jahren
- vor bis zu 10 Jahren
- vor mehr als 10 Jahren



89 % 100 %
TI Haus d. Gastes

32 % 33 %
TI H d. G

8 Einrichtungen in 5 Orten
mit Investitionen in Höhe
von insgesamt...
545.000 €

Basis: teilnehmende Heilbäder und Kurorte an Health Infra aus MV, n = 14
Quelle: Health Infra Erfassung der Heilbäder und Kurorte, © PROJECT M 2016

Servicestellen als multifunktionale, moderne Informations- und Buchungsstelle mit Service- und Aufenthaltsqualität

Serviceeinrichtungen

Trends:

Einrichtungen als **Motor der Destinations- und Markenentwicklung**

„Öffentliches Wohnzimmer“ bzw. „Lounge des Ortes“ -
Schaffung von Wohlfühlatmosphäre

Multifunktionsgebäude und **zentraler Knotenpunkt** – Buchungsmöglichkeiten von (profilbezogenen) Angeboten und Produkten

Flexibilität der Raumgestaltung, **offene Fassaden- und Raumgestaltung**

Präsentationsplattform für regionale Produkte und Angebote

Ansprechendes, einheitliches und an der Orts- bzw. Regionalmarke ausgerichtetes

Corporate Design

Generationenübergreifender Ort für Kommunikation, Begegnung und Information - Veranstaltungsort

Checkliste: Profilorientierte Ausrichtung der Serviceeinrichtungen zur Verkörperung der jeweiligen Marke

Serviceeinrichtungen



Checkliste: „moderne Welcome Center“



Modernisierung: Attraktive Angebotsbündel (Information, Beratung, Buchung und Veranstaltung) – ggf. Gastro und Seminare



Analyse und Bewertung auf Grundlage von **Profil, Themen und Zielgruppen:**

- ✔ Zentrale Lage im Kurgebiet unter Umfeldeinbindung
- ✔ Modernes Corporate Design und Branding
- ✔ Konzeption: energieeffizient und nachhaltig
- ✔ Hochwertige technische Ausstattung; digitale frei nutzbare Infrastruktur



Professionelles Management: -Einbindung ehrenamtlicher Kräfte, Orientierung an Nachfragebedürfnissen



Träger-, Betriebs- und Angebotsstruktur mit neuerer beihilferechtlicher Gesetzgebung vereinbar

Empfehlungen nach Reisemotiven:

REHA-Gast:



Zentrale Lage sowie gute Erreichbarkeit und Zugänglichkeit



Spezifisches „Grund-Know-How“ des Servicepersonals zu den Indikationen – ggf. damit verbundene Einschränkungen

Aktivgast:



Buchbare Kurse und geführte Touren



Ausgeprägtes Know-How des Servicepersonals über die Aktivangebote - Tipps



Umfassendes Karten- und Informationsmaterial

Präventionsgast:



Buchbare Kurse zu den Themenfeldern Bewegung, Ernährung und Entspannung



Präventionsbezog. Know-How des Servicepersonals









Kurpark & Kurpromenade

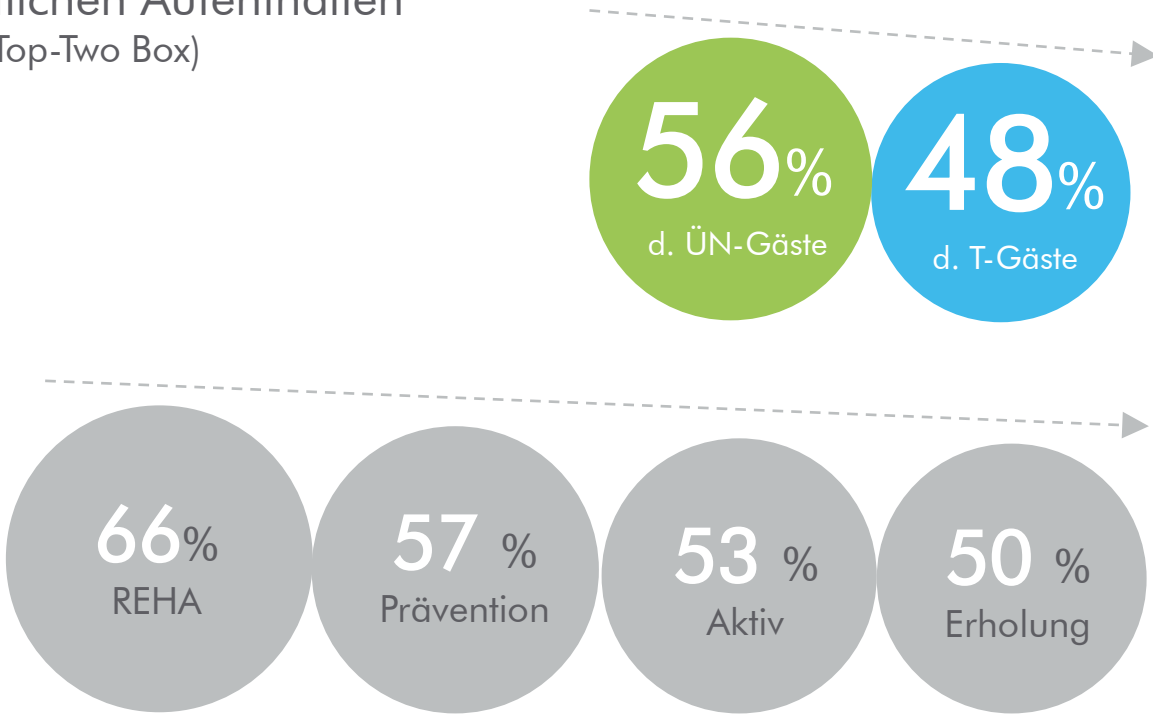
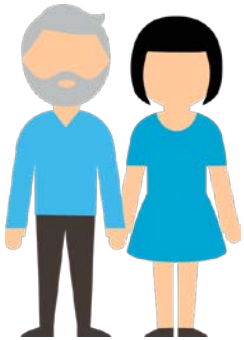


<http://www.boltenhagen.travel>

REHA-Gäste mit langer Aufenthaltsdauer legen deutlich höheren Wert auf Infrastrukturen wie Kurpark & Kurpromenade

Kurpark/-promenade

Wichtigkeit der Kurpark & Kurpromenade bei gesundheitlichen Aufenthalten (Top-Two Box)



...nach Art der Gäste

...nach Reismotivation

Frage: Wie wichtig waren Ihnen die folgenden Aspekte bei Ihrem Aufenthalt? - Top-Two-Box (Skala 1-5 mit 1 = sehr wichtig und 5 = völlig unwichtig)
 Dargestellt ist der Anteil der Befragten, denen der jeweilige Aspekt wichtig oder sehr wichtig ist. (Top Two Box)

Quelle: Health Infra Bevölkerungsrepräsentative Gästebefragung, © PROJECT M 2016 (n=3.202)

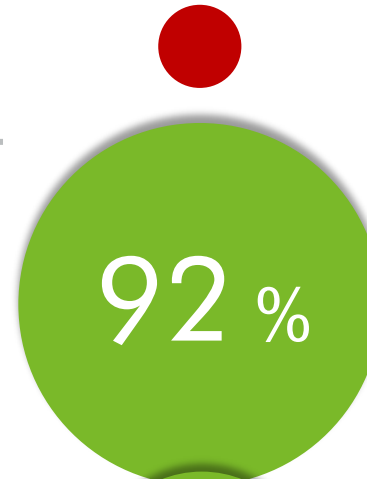
Barrierefreiheit trotz überwiegend weit zurückliegender Investitionen fast durchgängig gegeben – Investitionen nur in 1/2 der Orte geplant

Kurpark/-promenade




Letzte Renovierung /Umbau



Barrierefreiheit ist in...
...der Orte gegeben

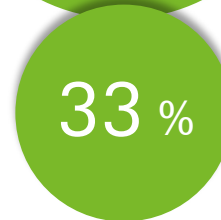


Legende:

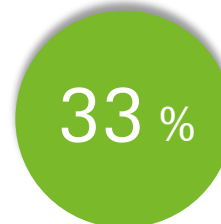
-  vor bis zu 3 Jahren
-  vor bis zu 10 Jahren
-  vor mehr als 10 Jahren



Allergikerfreundlichkeit ist in...
... der Orte gegeben



Investitionen in den nächsten
3 Jahre für ...
... der Einrichtungen geplant



8 Einrichtungen in 7 Orten
mit Investitionen in Höhe
von insgesamt...

1.781.000 €

Basis: teilnehmende Heilbäder und Kurorte an Health Infra aus MV, n = 14
Quelle: Health Infra Erfassung der Heilbäder und Kurorte, © PROJECT M 2016

Kurparks / Promenaden als zentrale Aufenthalts- u. Entspannungs-orte sowie „grüne Oasen“ – Abwechslungsreiche Gestaltung

Kurpark/-promenade

Trends:

Schaffung von **Kommunikationsflächen & Aktivangeboten**

Integration **regionaler Produkte, ökologische Bewirtschaftungsmethoden & umweltfreundliche Mobilitätskonzepte**

Mehrgenerationentauglichkeit

Therapeutische Landschaft & authentischer regionaltypischer Baustil

Nutzbarmachung der Landschaft zur **Aktivierung und Entspannung**

Kreative **Inszenierung** von thematischen Erlebnissen

Thematischer roter Faden - „**Storytelling**“

Vielseitige **Nutzungsmöglichkeiten** (Aktiv-, Entspannungs- und Erlebnisstationen)

Durchgängige **barrierefreie Gestaltung**









QR-Codes an Stationen und **GPS Touren**

Schaffung von generationenübergreifenden und auf den örtlichen Heilmitteln bzw. Profilen basierenden Verweil- und Aktionsbereichen

Kurpark/-promenade





Checkliste: „zukunftsfähiger Kurpark & Kurpromenade“




-  Analyse und Bewertung unter Einbindung des direkten Umfeldes (Profil, Themen, Zielgrupp.)
-  Definition spezifischer Anforderungen
-  Erarbeitung einer ganzheitlichen Konzeption (Gestaltung, Angebot und Kommunikation)
-  Zonierung in spezifische Bereiche (Ruhe, Kommunikation, Veranstaltung, ...)
-  Herausarbeiten einzelner Ankerattraktionen
-  Einbindung der ortstypischen Aspekte z.B. Heilmittel, Indikationen
-  Barrierefreie Erreichbarkeit und Nutzbarkeit – auch seh- und hörgeschädigte Personen
-  Konkrete Information und ggf. Einbindung der Bevölkerung in den Entwicklungsprozess

Empfehlungen nach Reisemotiven:



REHA-Gast:

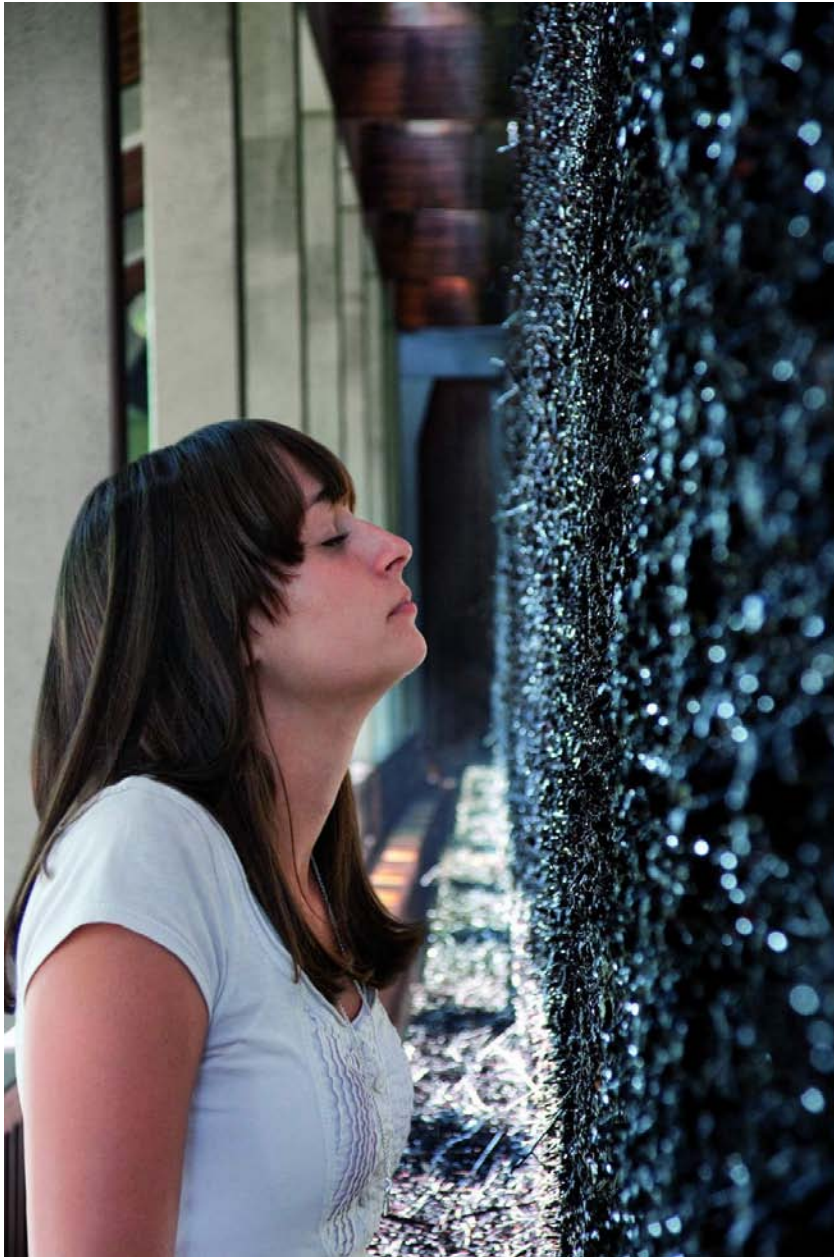
-  Anwendungsmöglichkeiten mit Heilmitteln bzw. indikationsbezogenen Angeboten
-  therapeutisch qualifizierte Wege

Aktivgast:

-  Sportliche Angebote und Wegeinfrastruktur
-  Einbindung ins Aktivwegenetz
-  Leistungsmesspunkte bzw. Orientierungen

Präventionsgast:

-  Ruhezonen zur Entspannung und Aktivzonen zur gezielten Bewegung
-  Informationen zur gezielten Nutzung der Infrastruktur (vgl. Kneipp-Anlagen)





Kurterrain- & Gesundheitswege

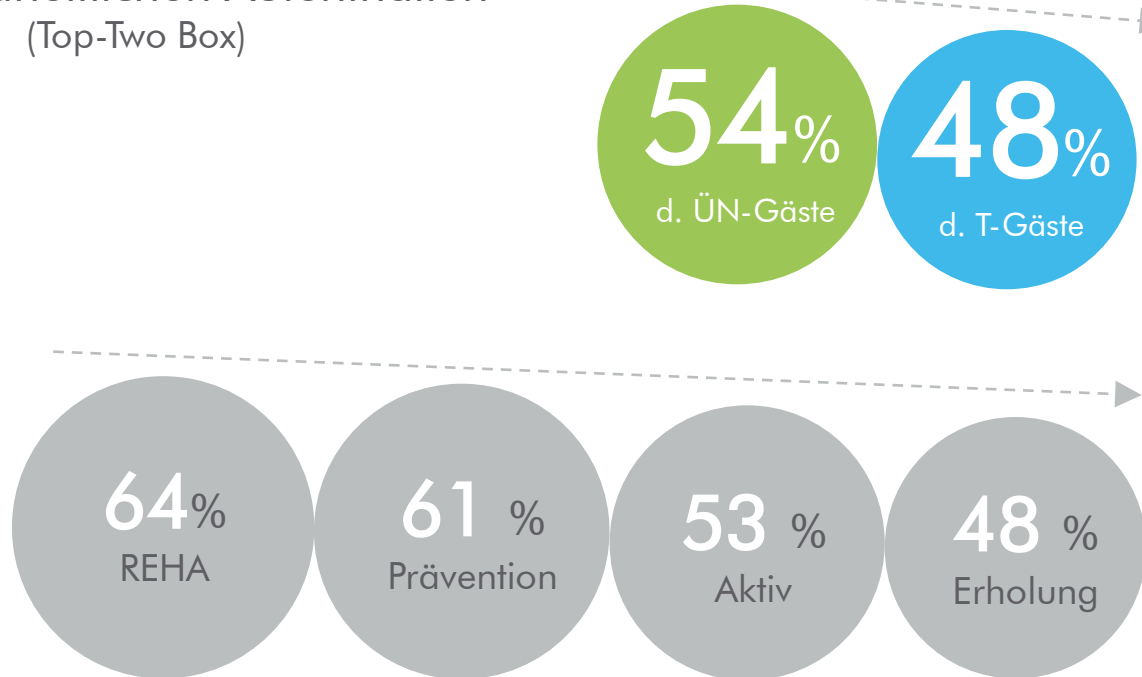
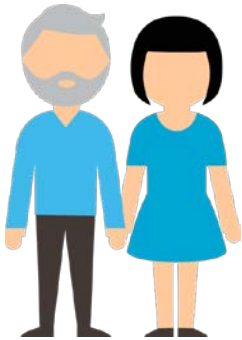


<http://www.urlaubsnachrichten.de>

Mit hoher Aufenthaltsdauer werden Gesundheitswegen höhere Bedeutungen beigemessen (REHA ø 19,6 ÜN – Erholung ø 5,3 ÜN)

Wegeinfrastruktur

Wichtigkeit der Kurterrain- & Gesundheitswege bei gesundheitlichen Aufenthalten (Top-Two Box)



...nach Art der Gäste

...nach Reismotivation

Frage: Wie wichtig waren Ihnen die folgenden Aspekte bei Ihrem Aufenthalt? - Top-Two-Box (Skala 1-5 mit 1 = sehr wichtig und 5 = völlig unwichtig)
 Dargestellt ist der Anteil der Befragten, denen der jeweilige Aspekt wichtig oder sehr wichtig ist. (Top Two Box)

Quelle: Health Infra Bevölkerungsrepräsentative Gästebefragung, © PROJECT M 2016 (n=3.202)

Überalterte Wegeinfrastruktur als wichtiger Investitionsbereich – Attraktivierung und Barrierefreiheit als Kernmaßnahmen

Wegeinfrastruktur

Letzte Renovierung /Umbau

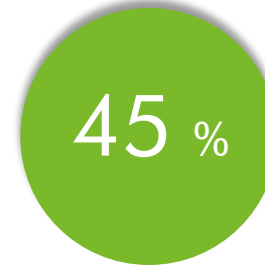


Legende:

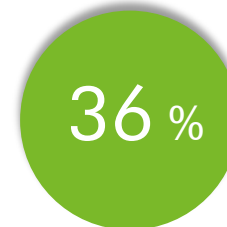
- vor bis zu 3 Jahren
- vor bis zu 10 Jahren
- vor mehr als 10 Jahren



Barrierefreiheit ist in...
...der Orte gegeben



Allergikerfreundlichkeit ist in...
... der Orte gegeben



Investitionen in den nächsten
3 Jahre für ...
... der Einrichtungen geplant



5 Wegenetze in 5 Orten
mit Investitionen in Höhe
von insgesamt...

2.555.000 €

Basis: teilnehmende Heilbäder und Kurorte an Health Infra aus MV, n = 14
Quelle: Health Infra Erfassung der Heilbäder und Kurorte, © PROJECT M 2016

Schaffung authentischer und abwechslungsreicher Wegenetze mit gesundheitsbezogener und generationsübergreifender Ausrichtung

Wegeinfrastruktur

Trends:

Einfache und familiengerechte **Gestaltung von (thematischen) Kurzrundwegen**

Übersichtliche Beschilderung mit thematischem Bezug zum Ortsprofil sowie einer **einfachen Symbolik**

Vereinfachter und individueller **Einstieg in das Wegenetz** durch ein **durchdachtes Mobilitätskonzept**

Digitalisierung: **Abruf von QR-Codes** an Infotafeln

Angebot von **Naturerlebnisführung** und **Nutzbarmachung für Gesundheitsdienstleister** mit zumindest **niederschweligen Angeboten**

Priorisierung und Qualitätsorientierung gemäß einer definierten **Themen- und Zielgruppenausrichtung**









Reduktion der meist umfassenden Wegestrecken **auf wenige wesentliche Achsen**

Optimierung des Wegenetzes unter Berücksichtigung spezifischer Anforderungen der Zielgruppen mit räumlichen Schwerpunkten

Wegeinfrastruktur





Checkliste: „Wegenetzoptimierung“



-  Regionale bzw. standortspezifische **Zielsetzung und Strategie** (Profil, Themen, Zielgruppen)
-  **Nachfragepotenzial-Prüfung** - Marktdaten
-  Möglichst vollständige Erfassung des **vorhandenen Wegenetzes** und **Einbeziehung** in die Planung
-  Sicherstellung einer „**kritischen Masse**“ an Partnern, Netzwerken, Vereinen
-  **Priorisierung** der vorhandenen Wege
-  **Rückbau** von als wenig attraktiv eingestuften Wegen
-  Einheitliches und übersichtliches **Beschilderungs- und Möblierungskonzept**
-  **Qualitätssicherung** und Instandsetzung
-  Aufbau von finanziell und personell gesicherten **Organisations- und Vermarktungsstrukturen**

Empfehlungen nach Reisemotiven:



REHA-Gast:

-  kurze barrierefreie Rundwege
-  ausreichend Bänke und Verweilmöglichkeiten

Aktivgast:

-  Sportlich herausfordernde Profile und Längen
-  Abwechslungsreiche Naturerlebnisse und möglichst vielfältiges Wegesystem

Präventionsgast:

-  Qualifizierte Wege mit Anforderungsprofilen
-  Einbindung in die Kursangebote zur gezielten Gesundheitsförderung





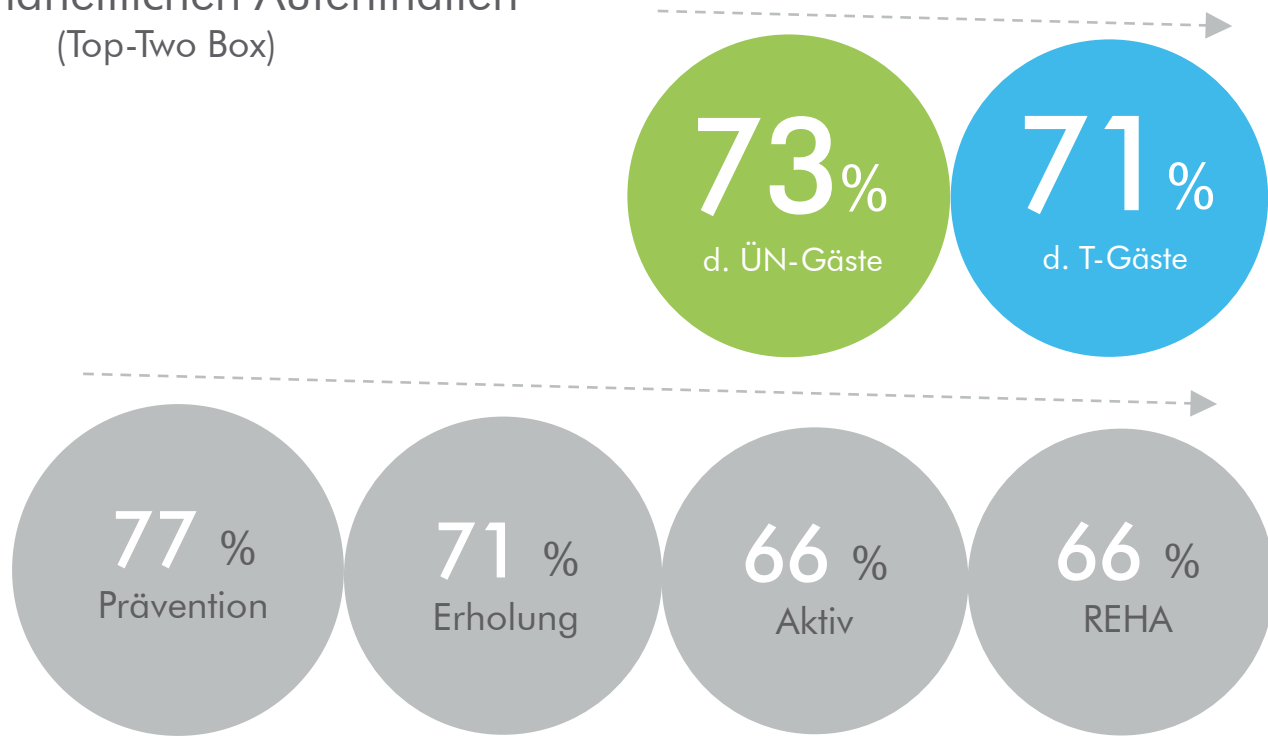
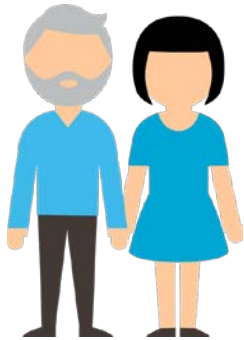
Thermen- und Badeeinrichtungen



Thermen & Badeeinrichtungen sind für die Gäste über alle Motive und Aufenthaltsdauern hinweg wichtigste Einrichtungen

Thermen & Badeeinrichtungen

Wichtigkeit von Thermen & Badeeinrichtungen bei gesundheitlichen Aufenthalten (Top-Two Box)



...nach Art der Gäste

...nach Reismotivation

Frage: Wie wichtig waren Ihnen die folgenden Aspekte bei Ihrem Aufenthalt? - Top-Two-Box (Skala 1-5 mit 1 = sehr wichtig und 5 = völlig unwichtig)
 Dargestellt ist der Anteil der Befragten, denen der jeweilige Aspekt wichtig oder sehr wichtig ist. (Top Two Box)

Quelle: Health Infra Bevölkerungsrepräsentative Gästebefragung, © PROJECT M 2016 (n=3.202)

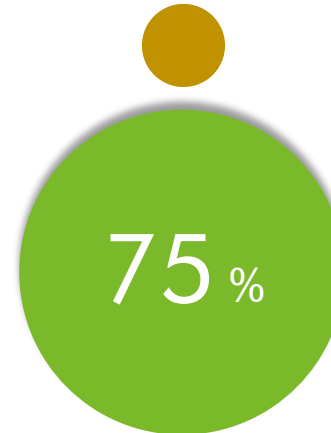
Großteil der Orte ohne Thermen bzw. Indoor-Badeeinrichtungen – lediglich drei Orte planen Investitionen in die Einrichtungen

Thermen & Badeeinrichtungen

Letzte Renovierung /Umbau



Barrierefreiheit ist in...
...der Orte gegeben

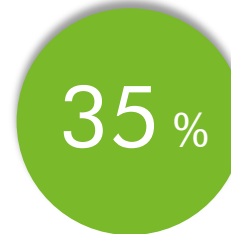


Legende:

- vor bis zu 3 Jahren
- vor bis zu 10 Jahren
- vor mehr als 10 Jahren



Allergikerfreundlichkeit ist in...
... der Orte gegeben



Investitionen in den nächsten
3 Jahre für ...
... der Einrichtungen geplant



4 Einrichtungen in 3 Orten
mit Investitionen in Höhe
von insgesamt...

6.450.000 €

Basis: teilnehmende Heilbäder und Kurorte an Health Infra aus MV, n = 14
Quelle: Health Infra Erfassung der Heilbäder und Kurorte, © PROJECT M 2016

Verständnis als multifunktionale Zentraleinrichtungen mit höchstmöglicher Aufenthalts- und Erlebnisqualität für den Gast

Thermen & Badeeinrichtungen

Trends:

Erstellung und Umsetzung eines **durchgängigen Konzeptes in Bezug auf die Barrierefreiheit**, nicht nur im Bereich Infrastruktur, sondern auch bei Angebot und Kursanzahl

Neukonzeption und Attraktivierung der einzelnen Bereiche mit konsequenter thematischer Ausrichtung

Resortkonzepte, Hotel- bzw. Übernachtungsbetriebe oder eine Klinik per Bademantelgang **direkt an die Therme angebunden**

Zeitgemäße **Liege-, Aufenthalts-, Kommunikations- und Funktionsbereiche**

Ausreichend **große Aufenthalts- und Verweilflächen** – speziell im Sauna- und Thermenbereich

Möblierungs- und Ausstattungskonzept mit durchgängiger Profilorientierung

Entwicklung und Umsetzung eines **Gastronomiekonzeptes** im Rahmen des Gesamtkonzeptes mit Speisen- und Getränkeangebot in einer **Erlebnis- und Lounge-Gastronomie**

Rolle moderner Kurmittelhäuser

Möglichst vielfältiges bedarfsgerechtes Angebot mit zumindest attraktiven Wasser- und Schwitzbadeangeboten – erg. Wellness

Thermen & Badeeinrichtungen



Checkliste: „zukunftsfähige Thermen und Badeeinrichtungen“



Zentrale Rezeption und Anlaufstelle mit Foyer & Beratung – „Welcome Center“



Lounge- und Relaxbereich - hochwertig



Thermenbistro und –bar – auch gesundheitsorient.



Moderner Funktionsbereich mit qualitativer Ausstattung und zeitgemäßem Design



Funktionales/thematisches **Saunaangebot**



Schaffung von **Attraktionen** in vorhandenen Außenbecken



Therapie- und Anwendungsbereich mit Gesundheitsförderungsangeboten



Moderne und sanierte **Technik** (Wasser, Heizung, Lüftung, ...)



Controlling-System mit betriebswirtschaftlichen Kennziffern zur Analyse

Empfehlungen nach Reisemotiven:

REHA-Gast:



Medizinisch-therapeutische Anwendungen



Wassergebundenes Kursangebot

Aktivgast:



(Sport)Schwimm-Möglichkeiten



Großzügiger Sauna- und Schwitzbadebereich



Ggf. Fitness- bzw. Leistungsangebote (indoor und outdoor)

Präventionsgast:



Wassergebundene Kurse und ggf. „Trockenangebote“ (Bewegung und Entspannung)



Massage- und heilmittelbezogene Anwendungen





Kurmittelhaus

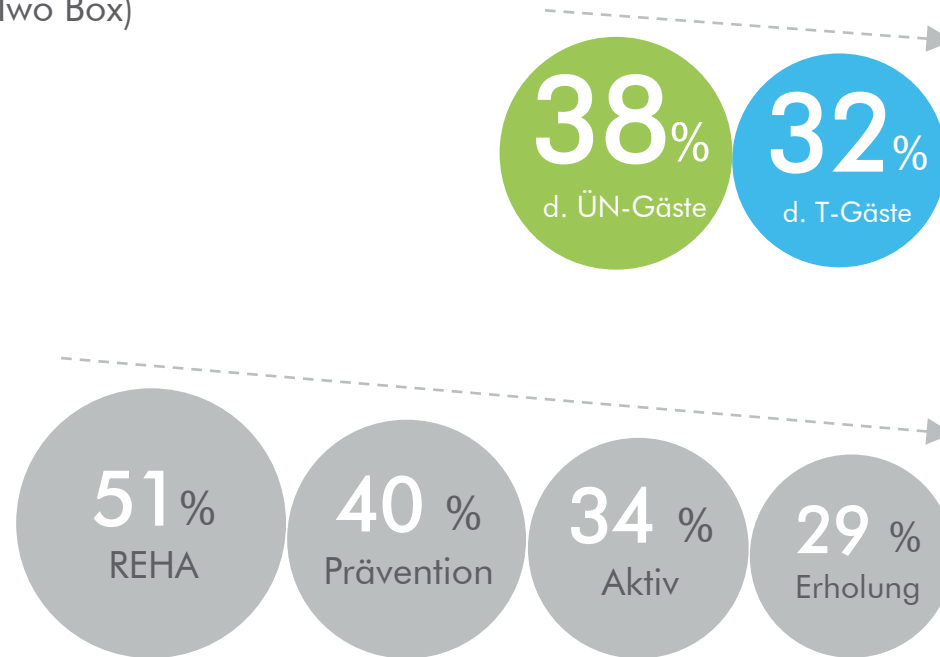
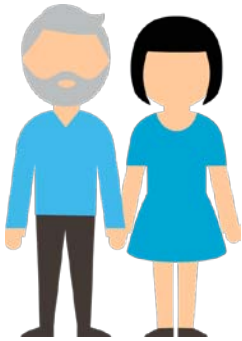


<https://media.holidaycheck.com>

Kurmittelhäuser für den gesundheitsorientierten Gast - außer Reha - im Vergleich zu anderen Einrichtungen von geringster Bedeutung

Kurmittelhaus

Wichtigkeit eines Kurmittelhauses bei gesundheitlichen Aufenthalten (Top-Two Box)



...nach Art der Gäste

...nach Reisemotivation

Frage: Wie wichtig waren Ihnen die folgenden Aspekte bei Ihrem Aufenthalt? - Top-Two-Box (Skala 1-5 mit 1 = sehr wichtig und 5 = völlig unwichtig)
 Dargestellt ist der Anteil der Befragten, denen der jeweilige Aspekt wichtig oder sehr wichtig ist. (Top Two Box)

Quelle: Health Infra Bevölkerungsrepräsentative Gästebefragung, © PROJECT M 2016 (n=3.202)

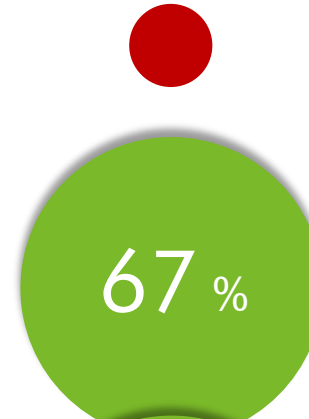
Kurmittelhäuser mit Investitionsnotwendigkeit jedoch nur geringen geplanten Investitionen – meist privat geführte Einrichtungen

Kurmittelhaus




Letzte Renovierung /Umbau



Barrierefreiheit ist in...
...der Orte gegeben

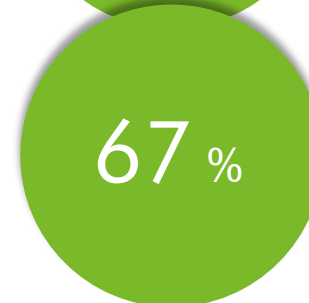


Legende:

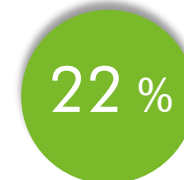
-  vor bis zu 3 Jahren
-  vor bis zu 10 Jahren
-  vor mehr als 10 Jahren



Allergikerfreundlichkeit ist in...
... der Orte gegeben



Investitionen in den nächsten
3 Jahre für ...
... der Einrichtungen geplant



2 Einrichtungen in 2 Orten
mit Investitionen in Höhe
von insgesamt...
200.000 €

Basis: teilnehmende Heilbäder und Kurorte an Health Infra aus MV, n = 14
Quelle: Health Infra Erfassung der Heilbäder und Kurorte, © PROJECT M 2016

Bündelung der Angebote und Anbieter im medizin.-therapeutischen Bereich unter Einbeziehung der örtlichen Heilmittel

Kurmittelhaus

Trends:

Zentrale Einrichtung zur Bündelung medizinisch-therapeutischer Angebote und Anbieter unter einem räumlichen Dach

Einrichtung separierter Stationen bzw. Check-up Einrichtungen für Privatklientel

An die Bedürfnisse der Patienten adaptierte Hotel-Strukturen nahe der Behandlungseinrichtungen

Konzentration auf die Inwertsetzung der örtlichen und ortsgebundenen Heilmittel zur Abdeckung eines möglichst differenzierten gesundheitsfördernden Spektrums

Spezifische heilmittelbezogene gesundheitsfördernde Angebote für den Selbstzahlermarkt

Konzentration der Angebote auf bestimmte Indikationen und Themen analog zur (angestrebten) Profilierung des Ortes und des Umfeldes

Ausrichtung mit Präventions- und Rehamaßnahmen auch auf den Regionalmarkt

Kurmittelhaus



Checkliste: „Kurmittelhäuser“

- ✓ **Passgenauigkeit** und **Wettbewerbsfähigkeit** des Angebotes (Produktqualität und innov. Apparate)
- ✓ **Integration** ortsgebundener bzw. ortstypischer **Heilmittel**
- ✓ Bündelung medizinisch-therapeutischer und heilmittelbezogener **Angebote** und **Anbieter**
- ✓ Ansprache und Erreichen der **regionalen Bevölkerung** und **Unternehmen**
- ✓ Personal- und Angebotsstruktur auch mit neueren **zuzahlungsorientierten Gesetzgebung** vereinbar
- ✓ Therapie- und Anwendungsbereich mit **Gesundheitsförderungsangeboten**
- ✓ **Aktualität** und **Bedarfsorientierung** des Raumangebotes
- ✓ Langfristige **ökonomische Tragfähigkeit**

Empfehlungen nach Reisemotiven:

REHA-Gast:

- ✓ Bestmögliche Vernetzung mit den Reha-Kliniken – sofern nicht identisch
- ✓ Gesicherte hochwertige medizinisch-therapeutische Qualität von Personal, Angeboten und Infrastruktur
- ✓ Zentrale Lage, kurze Wege und vollständige Barrierefreiheit

Präventionsgast:

- ✓ Anwendungspakete mit spezifischen gesundheitsfördernden Angeboten (Bewegung, Ernährung und Entspannung)



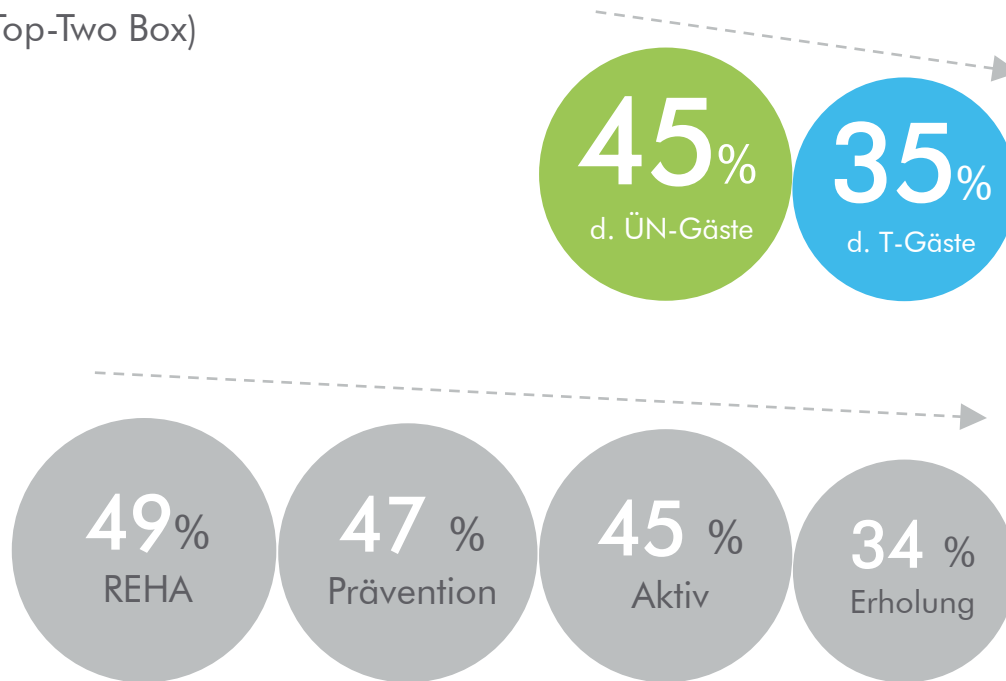
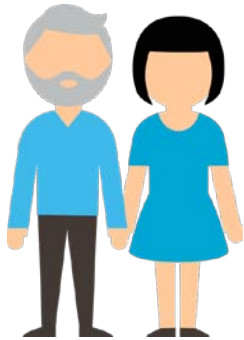
Kurhaus & Veranstaltungen



Kurhäuser als eine der weniger relevanten Einrichtungen – vor allem bei Tages- & Erholungsgästen – jedoch mit großer Tradition

Kurhaus/Veranstaltungen

Wichtigkeit eines Kurhauses bei gesundheitlichen Aufenthalten (Top-Two Box)



...nach Art der Gäste

...nach Reisemotivation

Frage: Wie wichtig waren Ihnen die folgenden Aspekte bei Ihrem Aufenthalt? - Top-Two-Box (Skala 1-5 mit 1 = sehr wichtig und 5 = völlig unwichtig)
 Dargestellt ist der Anteil der Befragten, denen der jeweilige Aspekt wichtig oder sehr wichtig ist. (Top Two Box)

Quelle: Health Infra Bevölkerungsrepräsentative Gästebefragung, © PROJECT M 2016 (n=3.202)

Ofmals mehrere Einrichtungen unterschiedlichen Alters und Renovierungsstandes – Barrierefreiheit in den Meisten gegeben

Kurhaus/Veranstaltungen

Letzte Renovierung /Umbau



Barrierefreiheit ist in...
...der Orte gegeben

83 %



Allergikerfreundlichkeit ist in...
... der Orte gegeben




52 %



Investitionen in den nächsten
3 Jahre für ...
... der Einrichtungen geplant

26 %

Legende:

-  vor bis zu 3 Jahren
-  vor bis zu 10 Jahren
-  vor mehr als 10 Jahren

6 Einrichtungen in 4 Orten
mit Investitionen in Höhe
von insgesamt...

1.550.000 €

Basis: teilnehmende Heilbäder und Kurorte an Health Infra aus MV, n = 14
Quelle: Health Infra Erfassung der Heilbäder und Kurorte, © PROJECT M 2016

Kurhäuser als möglichst multifunktionale Tagungs-, Konferenz- und Veranstaltungseinrichtungen in zentraler repräsentativer Lage

Kurhaus / Veranstaltung

Trends:

Bessere Inwertsetzung der **historisch bedeutenden Infrastruktur** als Veranstaltungszentrum

Möglichst **vielfältiges Veranstaltungsprogramm** zum Erreichen eines breiten Publikums

Wachsende Bedeutung von **gesundheitsorientierten Veranstaltungen** als **kombinierte Vorträge und Seminare - Gesundheitsbildung**

Multifunktionalität zur **bestmöglichen Auslastung** der Einrichtung

Bewirtschaftung der Einrichtungen durch **privatwirtschaftliche Partner** bzw. zumindest **gastronomisches Angebot**

Verbindung der Einrichtungen mit **hochwertigen Hotelanlagen** zur Gewährleistung einer Grundauslastung

Kurhäuser als möglichst multifunktionale Tagungs-, Konferenz- und Veranstaltungseinrichtungen in zentraler repräsentativer Lage

Kurhaus & Veranstaltungen



Checkliste: „Kurhäuser“

- ✓ **Eignung** als multifunktional nutzbare Veranstaltungseinrichtung (Raumgrößen, Teilbarkeit, ...)
- ✓ **Aktualität und Bedarfsorientierung** des Raumangebotes
- ✓ Möglichst **vollständige Barrierefreiheit** – auch hinsichtlich seh- und hörgeschädigten Personen
- ✓ **Vorhandensein privater Partner** zur (ergänzenden) Bewirtschaftung (z.B. Gastronomie)
- ✓ Einsetzen eines professionellen **Veranstaltungsmanagement** zur bestmöglichen Auslastung
- ✓ Sicherstellung einer **kritischen Masse an zielgruppenbezogenen Veranstaltungen und Partnern**
- ✓ **Träger-, Betriebs- und Angebotsstruktur** mit neuerer beihilferechtlicher Gesetzgebung vereinbar

Empfehlungen nach Reisemotiven:

REHA-Gast:

- ✓ Gute Erreichbarkeit und Zugänglichkeit
- ✓ indikationsbezogene Gesundheits(bildungs)angebote

Aktivgast:

- ✓ Vorträge und Seminare zu aktivtouristischen Themen

Präventionsgast:

- ✓ Gesundheits(bildungs)angebot zu den Themen Bewegung, Ernährung, Entspannung



se 7. SMOOTH JAZZ
FESTIVAL AUGSBURG
29. Dec. 2016 – 1. Jan. 2017

*** THE BEST WAY TO CELEBRATE THE END OF 2016 & RING IN THE NEW YEAR ***



1

Impulsvortrag: Überblick der Studienergebnisse

2

Klärung von Rückfragen rund um „Health Infra“

3

Workshop: Zukunftsfähige und wirtschaftlich tragfähige Infrastruktur in Kur- und Erholungsorten

4

Weitere Vorgehensweise



(1) Kontinuierliches Umsetzungsmonitoring

- Abstimmung von kurz gefassten Ziel- und Handlungsprogrammen auf Ortsebene
- Überprüfung der jährlichen Entwicklungen in den Orten, mit einmal jährlicher Auswertungstagung

(2) Benchmarking auf Anlagen- und Infrastrukturebene

- 1x jährlich zahlenbasierte Vergleiche
- Thematisierung aktueller Sachverhalte, z.B. Auswirkungen der EU-rechtlichen Rahmenbedingungen auf den Betrieb von Thermen und Gesundheitseinrichtungen

(3) Kontinuierliches Gästemonitoring

- Kontinuierliche, vergleichende Gästebefragung in allen Heilbädern und Kurorten
- landes-/bundesweiter Ansatz
- Wissenschaftliche Begleitung

Das Monitoring der Qualität sollte auch die Möglichkeit der wissenschaftlichen Evaluation enthalten



Zwei Erfassungsverfahren

- Print
 - Dem Gast wird ein **Basis-Fragebogen** (ca. 1 Seite) ausgehändigt
- Internetbasiert
 - Identischer Basis-Fragebogen
 - **Optionelle Erweiterung** der Befragung in Zusammenarbeit mit einer **Forschungsinstitution**

Die Ergebnisse des Basis-Fragebogens werden kontinuierlich durch den **Verband** ausgewertet

- **Standardisierte Auswertungsmaske**
- **Passwortgesteuerter internetbasierter Einblick** in die Ergebnisse durch die Anbieter
- **Anonymisierte Teilveröffentlichungen**

Selektive forschungsorientierte Auswertung (z.B. auch in Zusammenhang mit Bachelor- oder Masterarbeiten) auf der Grundlage zusätzlicher Informationen im Rahmen der **erweiterten Befragung** (Hier wird ergänzend zum Basis-Fragebogen auch mit unterschiedlichen **wissenschaftlich etablierten Befragungsmethoden** gearbeitet)

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



www.projectm.de



www.keck-medical.com

Büro Hamburg

Gurlittstraße 28
20099 Hamburg
Tel. 040.4 19 23 96-0
Fax 040.4 19 23 96-29
hamburg@projectm.de

Büro München

Wilhelm-Kuhnert-Str. 26
81543 München
Tel. 089.6 14 66 08 0
Fax 089.6 14 66 08 5
muenchen@projectm.de

Büro Trier

Am Wissenschaftspark 25/27
54296 Trier
Tel. 0651.9 78 66 0
Fax 0651.9 78 66 18
trier@projectm.de

KECK medical concepts and business management GmbH

Kurze Mühren 1
20095 Hamburg
Tel. 040 – 5 55 65 93 33
info@keck-medical.com
www.keck-medical.com

Sämtliche von PROJECT M erarbeiteten Inhalte, Konzepte und sonstige Werke bleiben geistiges Eigentum von PROJECT M. Sämtliche Nutzungsrechte erbrachter Leistungen verbleiben ebenfalls bei PROJECT M. Weitergabe und Vervielfältigung (auch auszugsweise) sind lediglich mit schriftlicher Einwilligung von PROJECT M zulässig.

Soweit Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken oder als Platzhalter verwendet wurden, für die keine Nutzungsrechte für einen öffentlichen Gebrauch vorliegen, kann jede Wiedergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung Ansprüche der Rechteinhaber auslösen.

Wer diese Unterlage -ganz oder teilweise- in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte, stellt die PROJECT M GmbH von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die PROJECT M GmbH.

© PROJECT M 2016