

P R E S S E M I T T E I L U N G

Die Kurorte kommen

Neue Chancen für Investoren –
Oberstdorf ist der entwicklungsstärkste deutsche Kurort

Welche Kurorte sind bereit für die Zukunft? Das Innovationsranking Kurorte Deutschland 2008 von TREUGAST liefert Antworten. Insgesamt umfasst die Branchenbewertung 116 Kurorte.

München/Berlin, 05. März 2008. – Sie treten aus dem Schatten zurück ans Licht: Die Kurorte Deutschlands, denen es seit der Gesundheitsreform zunehmend schlechter ging, entdecken den boomenden Gesundheitsmarkt für sich. Anstatt sich auf den Kurgast zu beschränken, rüsten viele auf Wellness- und Präventivprogramme um – ein Erfolg versprechendes Konzept. Denn: Der Gesundheitssektor wird in den kommenden Jahren zu den wachstumsstärksten Bereichen unserer Wirtschaft zählen. Die Menschen werden immer älter und immer gesundheitsbewusster. „Die Menschen sind zunehmend bereit, in die eigene Gesundheitsvorsorge zu investieren“, kommentiert Stephan Gerhard, President der TREUGAST Solutions Group, die Entwicklung. Auch das Image des verschlafenen Kurbades könnte so bald passé sein. „Die Kurorte leiden momentan noch unter **veralteten Standards und einem verstaubten Image**“, erklärt TREUGAST-Geschäftsführer Dirk Feid. „Aber sie verfügen über die besten Voraussetzungen, um von der Entwicklung in Richtung Gesundheitstourismus zu profitieren.“

Vom Patienten zum Gast

Mit dem Revival der Kurorte steht eine Wandlung an: Nicht mehr der Patient besucht die Kurorte – sondern der selbst zahlende Gast. Gesundheitsimmobilien können **in touristischer Nutzung in neuem Glanz** erstrahlen – aus dem Kurbad wird ein Wellness-Zentrum. Die Kurorte können teilhaben an einem Markt, der in ihrem direkten Kompetenzbereich liegt.

Welche Kurorte die besten Voraussetzungen mitbringen, um vom Gesundheitsboom zu profitieren, zeigt das TREUGAST Innovationsranking Kurorte, dessen Vorab-Ergebnisse zum ersten Mal auf der ITB 2008 präsentiert werden (**Pressegespräch am 5. März 2008 um 15.30 Uhr im Pressekonferenzraum, ITB Medienzentrum Halle 5.3**). Die Ergebnisse aus dem Innovationsranking Kurorte zielen nicht auf Urlauber, sondern richten sich an Investoren, Projektentwickler, Betreiber und Dienstleister, die bereits mit den Kurorten verbunden sind oder zukünftig in diesem Segment tätig werden wollen.

Der jüngste, der innovativste, die Blue Chips und die Top 20 der deutschen Kurorte

Das Ranking nennt die Top 20 von insgesamt 116 deutschen Kurorten – **die Spitzen-gruppe um den Innovationspreis**. Hier die mit A (gute Innovations- und Entwicklungskraft) bewerteten Destinationen in **alphabetischer** Reihenfolge: Bad Elster, Bad Füssing, Bad Griesbach, Bad Homburg v.d. Höhe, Bad Kissingen, Bad Mergentheim, Bad Reichenhall/Bayerisch Gmain, Bad Salzuflen, Bad Tölz, Cuxhaven, Garmisch-Partenkirchen, Hinterzarten, Oberstaufen, Prien am Chiemsee, Timmendorfer Strand/Niendorf, Westerland/Sylt, Zingst.

Der „**Innovationspreis der Kurorte**“, den die TREUGAST Solutions Group in diesem Jahr zum ersten Mal verleiht, geht an Oberstdorf: Mit dem Award wird derjenige Kurort ausgezeichnet, der sich im Zukunftsmarkt Gesundheit mit einer fundierten Standort- und Entwicklungspolitik, innovativen Ideen und einem klaren strategischen Konzept

erfolgreich behauptet. **Oberstdorf (AA)** schafft es als einer der führenden Wintersportorte immer wieder für Aktivurlauber im Gespräch zu bleiben, doch auch Menschen mit Handicap und Geschäftsreisende werden zielgenau angesprochen. **Bad Wörishofen (AA)**, bereits vom TIME Magazine als heimliche Hauptstadt der Gesundheit bezeichnet, schneidet als Zweitplatziertes ab. Der Name Kneipp ist eng mit dem Ort verbunden und hat als eine der hundert bekanntesten deutschen Marken eine große Außenwirkung. Auf dem dritten Platz: **Bad Pyrmont (AA)**, dessen medizinische Ausrichtung und Zielgruppenorientierung sich auch konsequent durch das Kultur- und Freizeitprogramm der Stadt zieht.

Den Sonderpreis für den jüngsten Kurort Deutschlands erhält **Burg (Spreewald)**. Der Ort setzt mit Engagement und Initiative gezielt und beherrscht das Thema „Kurort“ in den Fokus und schärft so sein Profil als moderner Kur- und Wohlfühlort.

Voraussetzungen: Klare Angebote, Kräfte bündeln, investieren

Der neue Glanz der Kurorte funktioniert allerdings nicht als Selbstläufer: Voraussetzung ist, dass sich die Orte klar positionieren, dem Gast ein überschaubares Angebot liefern und strategisch langfristig denken und handeln. Eine Vielzahl der Gemeinden besitzt neben Badeeinrichtungen auf dem technischen Stand der 70er-Jahre, die hohe laufende Kosten verursachen, oftmals auch abgewirtschaftete Einrichtungen, die der Investitionsstau der vergangenen Jahre gezeichnet hat. Die Kräfte müssen gebündelt und es muss **Mut zur Investition** gezeigt werden.

Doch die Standortvorteile der Kurorte liegen auf der Hand: Ihre gesundheitsfördernde Luft- und Wasserqualität ist **amtlich anerkannt**. Sie verfügen über natürliche Heilmittel, anerkannte Naturheilverfahren sowie Anlagen und Hotels mit entsprechender Ausstattung. Ihre Kompetenz, ihre Ausstattung und ihre Erfahrung ermöglichen es, dass die Kurorte von den zukünftigen Entwicklungen profitieren können.

Das Innovationsranking der Kurorte

Das erste Kurorte Ranking wird mittels eines umfangreichen Kriterienkatalogs erstellt. Es stellt touristische Faktoren in den Vordergrund und ermöglicht eine aussagekräftige Rangfolge unabhängig von der Größe des Kurortes. Das Kurort Ranking soll als **praktische Entscheidungsgrundlage** dienen, sowohl für Banken, Investoren und Projektentwickler als auch für die Kurorte. Sie können an Hand der Daten aus dem Ranking ihren Innovationsgrad messen, Vergleiche ziehen, Kurskorrekturen vornehmen und Umschwünge einleiten.

Die Ergebnisse des Rankings werden nach der international üblichen neunstufigen Ratingskala von AAA bis C zusammengefasst. Insgesamt erreichten drei Prozent der analysierten Kurorte die Bewertung AA, 15 Prozent schnitten mit A ab. 22 Prozent der Orte wurde mit BBB, 26 Prozent mit BB und 30 Prozent mit B bewertet. 4 Prozent finden sich in der Gruppe CCC.

Für das Ergebnis ist entscheidend, **welche Innovations- und Entwicklungskraft ein Ort zeigt**, wie attraktiv der Standort ist, welche Entwicklungsfähigkeit und –bereitschaft er an den Tag legt, wie zielgenau die Gästegruppen angesprochen werden sowie welche Anstrengungen und Innovationen bislang schon verwirklicht wurden. Der Kriterienkatalog ist in sechs Dimensionen eingeteilt: Touristisches Angebot, Touristische Nachfrage, Wirtschaftliche Entwicklung, Infrastruktur, Strategisches Management und Strategisches Marketing. Ausgangspunkt der Analyse ist die Idee, die Chancen der jeweiligen Kurorte im Wachstumsmarkt Gesundheit darzustellen und die **notwendigen Veränderungen voranzutreiben**.

Ein Blick in die Zukunft

Für Heilbäder, die sich im Gesundheitsboom klar positionieren können, stehen die wirtschaftlichen Chancen gut. In den vergangenen fünf Jahren stieg der Umsatz in der Wellness-Branche nach Angaben des Deutschen Wellness-Verbandes (DWV) um jeweils fünf Prozent pro Jahr auf inzwischen knapp **78 Milliarden Euro** – das ist **doppelt so viel** wie der Umsatz der gesamten **deutschen Verlags- und Druckwesens**.

Schon heute arbeiten im Gesundheitswesen in Deutschland mehr Beschäftigte als in jeder anderen Branche. Die immer weiter steigenden Ausgaben in diesem Sektor verursachen ein enormes Entwicklungspotential für den Gesundheitstourismus. Laut Schätzung der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) geben Hotelgäste in Deutschland durchschnittlich 150 bis 200 Euro am Tag für Wellness- und gesundheitsorientierte Anwendungen aus. Es lohnt sich also für Kurorte und Heilbäder, ihr Angebot auf eine gesundheitsorientierte Privatkundschaft auszubauen.

In den kommenden Jahren wird ein wachsender Effizienzdruck in den Kurorten einen Konsolidierungsprozess auslösen, neue Angebote hervorbringen und starre Grenzen aufbrechen. Nur so können leistungsfähige Unternehmen ebenso wie Heilbäder und Kurorte die zukünftigen Marktchancen im Gesundheitswesen tatsächlich nutzen – mit innovativen Konzepten und indem sie eine klare Zukunftsstrategie konsequent umsetzen.

Im Moment gibt es **zu viel ungenutztes Potential in den Kurorten**. Es wird Zeit, neue Wege zu beschreiten und das angestaubte Image hinter sich zu lassen. Die Patienten werden zu Gästen, und die Heilbäder und Kurorte müssen sich touristisch klar und professionell positionieren.

Studie und Herausgeber

Das TREUGAST Innovationsranking der Kurorte wurde von einem Expertenteam der TREUGAST Solutions Group München-Berlin-Weimar unter der Federführung von Dirk M. Feid, Geschäftsleitung und CEO TREUGAST Unternehmensberatungsgesellschaft mbH erstellt. Herausgeber der Studie ist das TREUGAST Institute of Applied Hospitality Sciences, das auch die jährlich erscheinenden Studien Trendgutachten Hospitality, Betriebsvergleich Hotellerie & Gastronomie und die TREUGAST Investment Rankings der führenden Hotelgesellschaften in Deutschland und Österreich veröffentlicht.

Die Ergebnisse des Innovationsrankings der Kurorte fließen in einen umfassenden TREUGAST Kurort-Branchenreport ein, der gegen eine Schutzgebühr von 590 Euro zzgl. Mehrwertsteuer erhältlich ist. Der Branchenreport liefert außerdem einen umfassenden Überblick über die Branche, nennt Erfolgsfaktoren von Top-Orten, beurteilt die Hotellerie, nennt Trends und erstellt einen Branchen-Benchmark-Vergleich.

TREUGAST Solutions Group auf der ITB: Halle 8.1, Stand 125

Die TREUGAST Solutions Group wurde 1985 von Stephan Gerhard als Beratungsunternehmen für Hotellerie, Gastronomie und Touristik gegründet und gilt europaweit als einer der führenden Branchen-Spezialisten. Die Gruppe besitzt Standorte in München und Berlin sowie Büros in Freiburg und Weimar, im Ausland in Madrid und Shanghai. Die TREUGAST-Gruppe konzentriert ihre wissenschaftliche Tätigkeit im TREUGAST International Institute of Applied Hospitality Sciences. Die American Academy of Hospitality Sciences zeichnete die TREUGAST Solutions Group als erste Beratungsgesellschaft weltweit mit dem Star Diamond Award aus. (www.TREUGAST.com)

Pressekontakt und Bildmaterial der Preisverleihung:

Elke Birke Konzept Text PR

Husumer Straße 3, 20251 Hamburg

Telefon +49-40-46 777 100, Fax +49-40-46 777 099

Email info@elkebirke.de, Mobil +49-179-69 45 696