

Öko- und Gesundheitstourismus an der Ostsee

—

Entwicklungspotenziale
im Spannungsfeld von

Ökonomie, Ökologie und Gesundheitswesen

Dr. Jörg Köhn

Wirtschaftsfaktor Tourismus

- Tourismus bleibt weltweit nicht nur ein bedeutender Wirtschaftsfaktor, sondern die Wachstumsbranche Nummer eins auf dem Weg zur **Leitökonomie**.
- Im Branchenvergleich liegt sie an dritter Stelle, nach dem Fahrzeugbau, dem Maschinenbau, aber vor der chemischen Industrie und dem Ernährungsgewerbe.

Wirtschaftsfaktor Tourismus

In Deutschland für das Jahr 2000:

- Umsatz der Tourismuswirtschaft: 275 Mrd. DM
 - Beschäftigte in der Tourismuswirtschaft: 2.800.000
- Anteil der vom Tourismus abhängigen Arbeitsplätze: 8 %
 - Anteil am Brutto-Inlandsprodukt: 8 %
 - Anteil der durchschnittlichen Steuereinnahmen, die an die Kommune zurückfließen: 2–3 %
- Ausgabe pro Urlaubsreise im Jahr 2000: **1.549 DM**
(durchschnittlich 126 DM mehr als im Vorjahr)

Gesundheitstourismus als Wirtschaftsfaktor

Die **ambulante Kur** der Gesetzlichen Krankenversicherung (GKV) kostet

- den Patienten rund 2.000 DM und
- die Krankenkasse nur etwa 1.000 DM,
- **in Summe 3.000 DM** – hier investiert der Kurgast erheblich in die eigene Gesundheit und entlastet den Kostenträger.

Eine stationäre Rehabilitation kostet

- etwa 6.500 DM (eine Anschluss-heilbehandlung (AHB))
- etwa 8.000 DM, eine Mutter-Kind-Kur ca. 3.700 DM)
- dieser Betrag rechnet sich für die Rentenversicherungsträger bereits, wenn nach drei Monaten der Versicherungsfall/ die Rente nicht eintritt (d.h. drei Monate längere Einnahmen und drei Monate weniger Ausgaben/spätere Rentenzahlung).

Vier große Trends prägen die Entwicklung im Deutschland Tourismus:

- **Kulturtourismus** ist der zentrale Trend. Urlaubsmotivationen sind Sehenswürdigkeiten, Besuch von historischen Stätten, Erleben Deutschlands von der Historie bis zur Moderne sowie Kultur und Begegnungen in und mit den Regionen.
- Eine zunehmende **Erlebnis- und Genussorientierung** und sich rasch wandelnde Konsumentenwünsche fördern den Trend zu Erlebnis- und Eventreisen.
- Das Erleben von **Natur und Landschaft** in Verbindung mit dem Megatrend Gesundheit und Wellness wird für Urlaub mit Erholung und Aktivität wichtiger.
- Ein vierter Trend rückt zunehmend in den Fokus: Deutschland als Messe-, Tagungs- und Kongressziel erhält weltweit einen immer höheren Stellenwert.

FUR, RA 2002

Ökotourismus im Trend

Nahezu **4/5** aller der Deutschen bezeichnen das
Reisemotiv "Natur erleben, schöne Landschaften,
reine Luft, sauberes Wasser"
als wichtig oder sogar besonders wichtig.

Tourismus und Umwelt, NIT-Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH, 2001

Ostseeregionen als Reiseziel immer beliebter:

Im Jahr 2002 gab es hier

- 65,4% mehr Gäste und
- 74,2% mehr Gästeübernachtungen

als zehn Jahre zuvor.

Internationale Tourismus-Börse (2003)

Verschiedene Anzeichen deuten darauf hin, dass der **Tourismus im Umbruch** sein könnte; geänderte Rahmenbedingungen in Wirtschaft und Gesellschaft, technologische Entwicklungen und die Dynamik in der Branche selbst führen zu einer Gesamtsituation, die sich von der der Vergangenheit deutlich unterscheidet.

... Der Trendsucher wird mit einigen Problemen konfrontiert. Eines etwa liegt darin, dass Trends auf ganz unterschiedlichen Ebenen berichtet werden, z.B. als Trend zu mehr **Genuss im Urlaub** (sehr allgemein), als Trend zu **Wellness-Angeboten** in der alpenländischen Hotellerie (Trend in einer Region/einem Marktsegment zu bestimmten Angebotsformen) oder als Trend von der Sauna zum Dampfbad (sehr spezifisch). Und schließlich: Kein Trend hat im Tourismus bislang ganz aufgehört.

In vielen Fällen **sind die Anbieter selbst die Trendsetter**, nicht immer zu ihrem eigenen langfristigen Wohl.

Neue Trends im Kurort :

Gesundheitsurlaub und Wellness

Bad Kissingen (ots) - Mit modernen Angeboten, die sich vermehrten Zielen "Gesundheitsurlaub" und der "Wellness" widmen, stellen sich die über **300 Heilbäder und Kurorte** in Deutschland den Anforderungen der Zukunft. Mit den neuen Angeboten wollen die Orte ihren Anteil am deutschen Tourismusmarkt (**32 % aller Übernachtungen**) weiter ausbauen und sich dabei neu ausrichten, ohne ihre traditionelle Kur-Angebote zu vernachlässigen. Gesundheitsurlaub und die Wellness-Angebote müssten jedoch auch halten, was die Verbraucher davon erwarteten. Aufgrund ihrer großen Gesundheits-Kompetenz seien die Heilbäder und Kurorte optimal in der Lage, den Anforderungen von Verbrauchern und traditionellen Patienten gleichermaßen gerecht zu werden. Der diesjährige Bädertag ist schwerpunktmäßig dem "Gesundheitstourismus" gewidmet.

Quelle: presseportal.de – Meldung 27.04.2001 aus Archiv

Erster Gesundheitstourismus-Cluster in Österreich präsentiert

Die Wertschöpfung aus dem **Wellness- und Gesundheitstourismus bringt Österreich zurzeit insgesamt rund 1,1 Mrd. Euro.**

Bedingt durch die generellen Wachstumsprognosen für gesundheitsbezogene Dienstleistungen wird **bis 2005 mit einem Anstieg der Beschäftigten im Sektor Gesundheits- und Sozialwesen um 24 Prozent** gerechnet.

Pressemitteilung Gesundheitsministerium Österreich, Donnerstag 27. März 2003



Quelle: *dwif* 2002

Der Wellness-Gast möchte ...

- sich öfter und kürzer intensiv erholen und ausspannen. Er sucht die kurzfristige Flucht aus dem Alltag.
- sich etwas Gutes tun und sein Bedürfnis nach Wohlgefühl, Wärme und Harmonie befriedigen.
- kurzfristig buchen können.
- bereits im Angebot eine emotionale Ansprache.
- Erholung in einer ruhigen Landschaft und intakten Natur.
- kein zu dicht gepacktes, sondern ein klar überschaubares und definiertes Programm.
- keine Zwänge, sondern individuell zugeschnittene Auswahl-Angebote (Flexibilität in der Angebotsgestaltung) zu einem fairen Preis-Leistungs-Verhältnis.
- ganzheitliche und genussbetonte Angebote, die sowohl Körper, Geist und Seele ansprechen.
- vollwertige, leichte, abwechslungsreiche und frische Küche.
- freundlichen, persönlichen und kompetenten Service sowie kompetentes und motiviertes bzw. motivierendes Personal im Wellness-Bereich (z.B. Wellness-Trainer).
- praktische Anleitung für den Alltag über den Wellness-Aufenthalt hinaus.

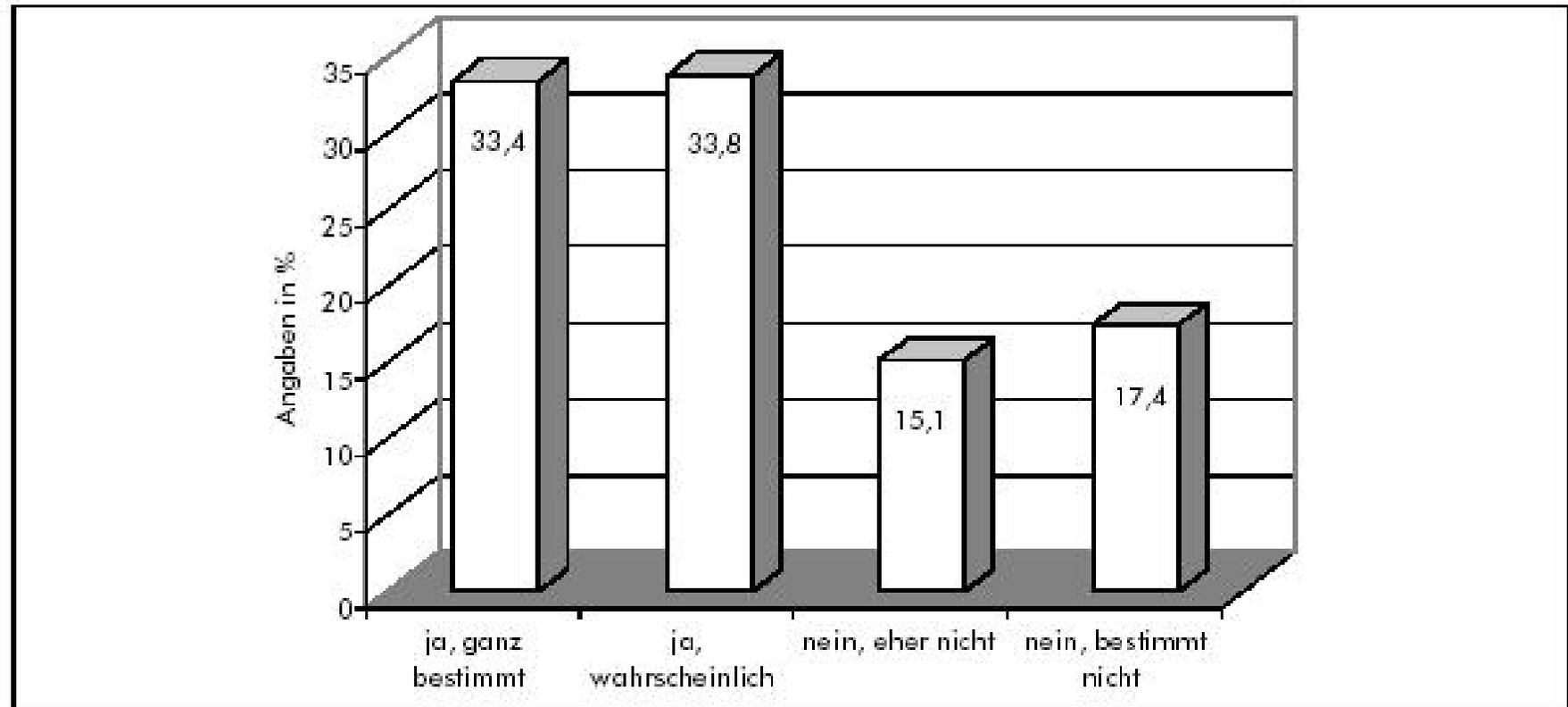
Quelle: Reppel + Partner nach Ergebnissen umfangreichen Expertenumfragen / Projekt-Fachbeirat, 2002

Erwartungen von Reisenden an touristische Einrichtungen im Gesundheits- und Wellness-tourismus

Anspruchsvolle Gesundheitsurlauber	Selbständige Infrastruktur-Besitzer	Betreuungsintensive Gesundheitsgäste	Anspruchsvolle Erholungsgäste
<ul style="list-style-type: none"> ➤ ca. 75% Frauen ➤ unter 48 Jahre ➤ meist alleinreisend 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ ca. 54% Männer, durchschnittlich 49 Jahre mit Partner/ in 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ ca. 60% weiblich & alleinstehend ➤ durchschnittlich 53 Jahre 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ mehr Männer als Frauen ➤ durchschnittlich 58 Jahre ➤ mit Partner/ Familienangehörigen
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fachkompetenz ✓ Betreuung und Information ✓ umfassendes Infrastrukturangebot 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Betreuung & Information nicht so wichtig ✓ Whirlpool, Dampfbad, Sauna, Schwimmbad zentral wichtig 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Heilung bzw. „echte“ Therapie ✓ medizinische Fachkompetenz ✓ individuelle Betreuung und Beratung 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Genuss und Verwöhnen ✓ Erholung, Entspannung ✓ Schwimmbad

Quelle: BSF Creative Leisure Research, 2002, nach: Evelin Lanz-Kaufmann, 2000;
Zusammenstellung: *dwif* 2003

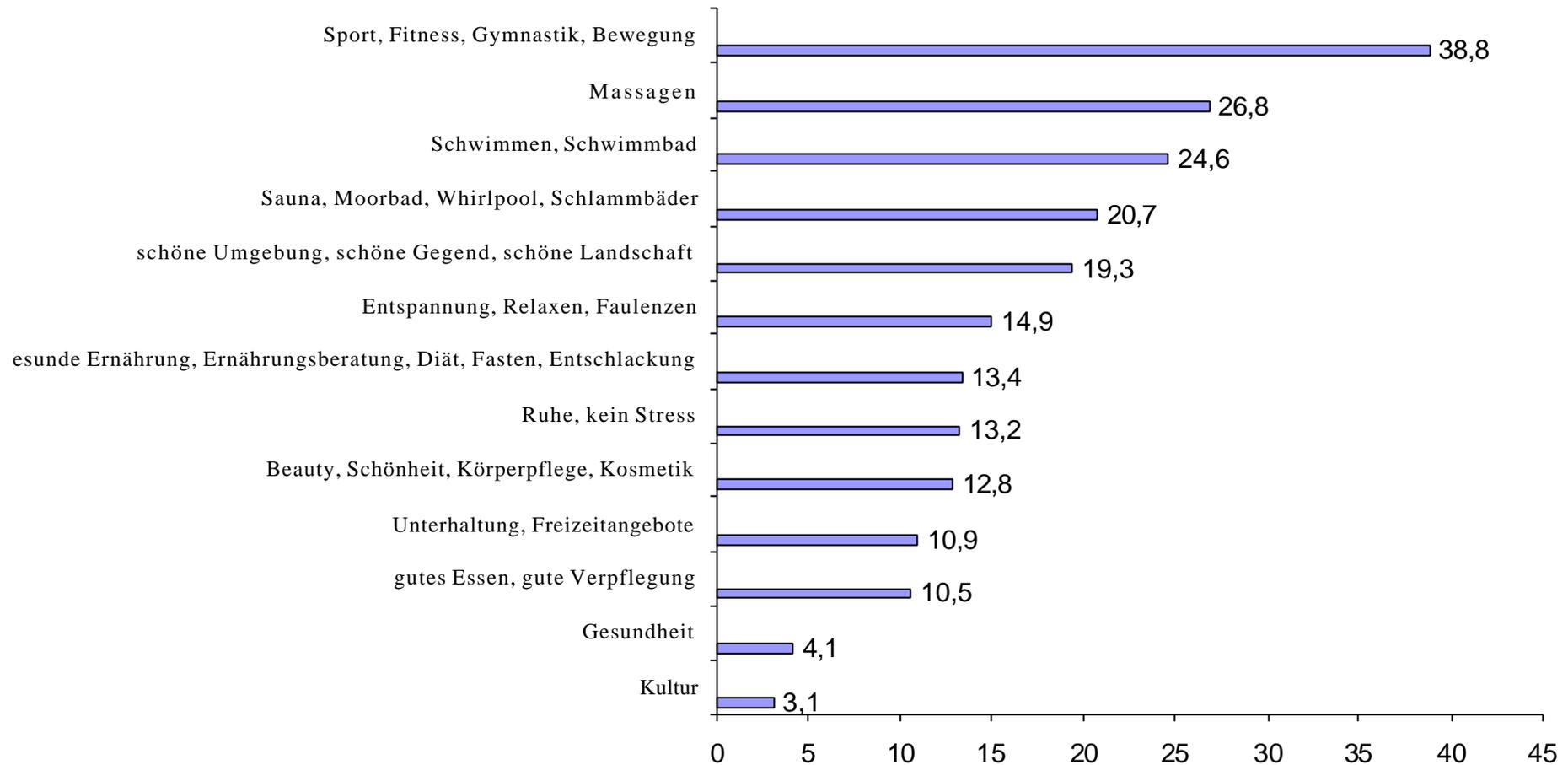
Abb. 2-3: „Können Sie sich vorstellen, einen Wellness-Urlaub in Deutschland 2001 zu unternehmen?“



Quelle: Reppel+Partner/EMNID, Repräsentativbefragung, Teil 2, Ettlingen, Sept. 2001

Das Marktpotenzial beträgt 2/3 der Bevölkerung in Deutschland.

Die Nachfrage gliedert sich in die Teilmärkte ...



Quelle: Reppel+Partner/EMNID, Repräsentativbefragung, Teil 2, Ettlingen, Sept. 2001

Urlaubspräferenzen von Frauen und Männern

Während Männer im Urlaub z.B. deutlich lieber

- "aktiv Sport treiben" (Männer: 9%; Frauen: 5%) und
- "Risiken eingehen" (Männer: 9%; Frauen: 6%),

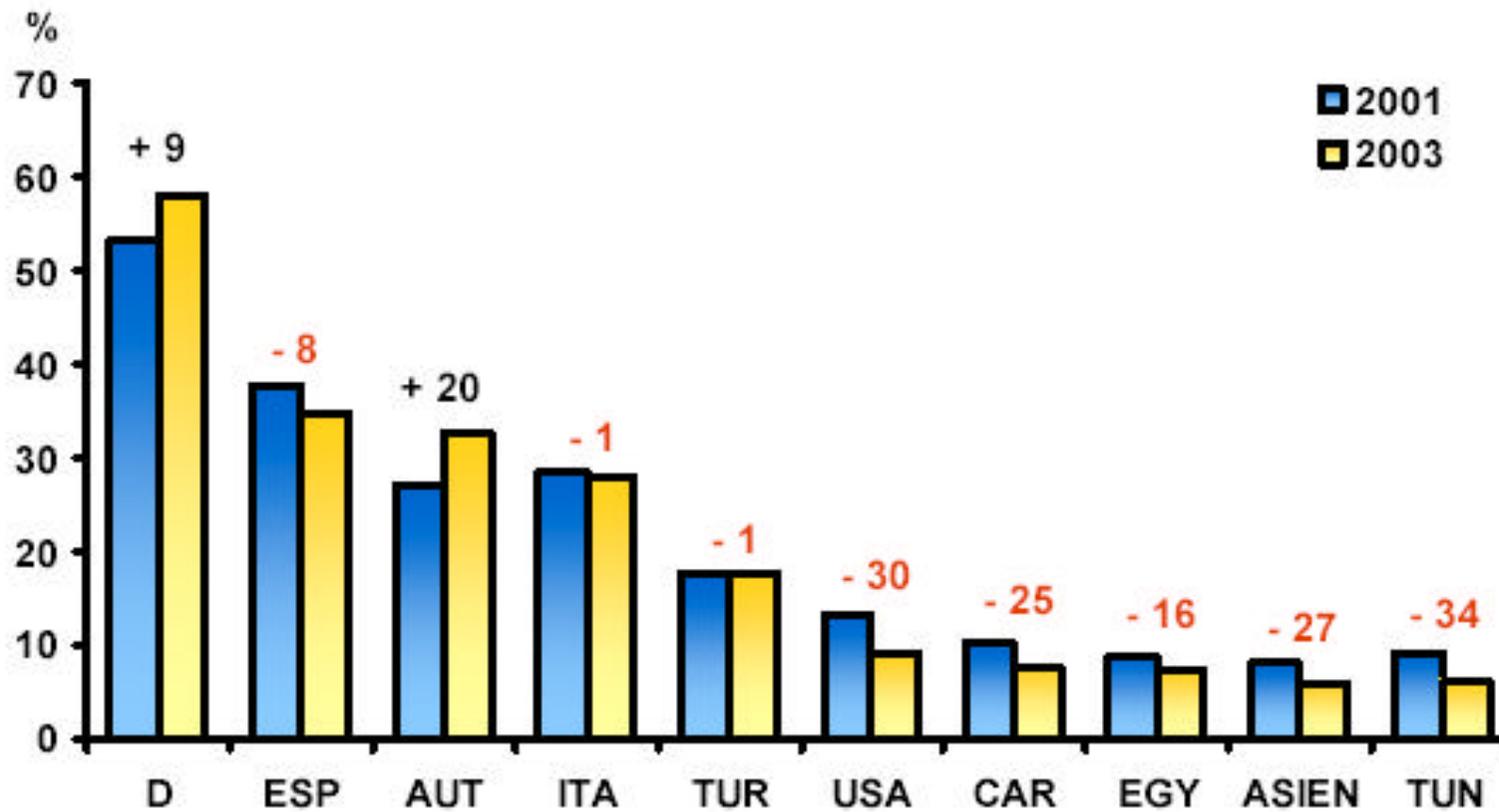
lassen Frauen diese Urlaubsaspekte vergleichsweise kalt.

Sie äußern stattdessen häufiger den Wunsch, im Urlaub ihre

- "Gesundheit zu pflegen" (Frauen: 32%; Männer: 27%) und
- "etwas für die Schönheit zu tun" (Frauen: 19%; Männer: 12%).

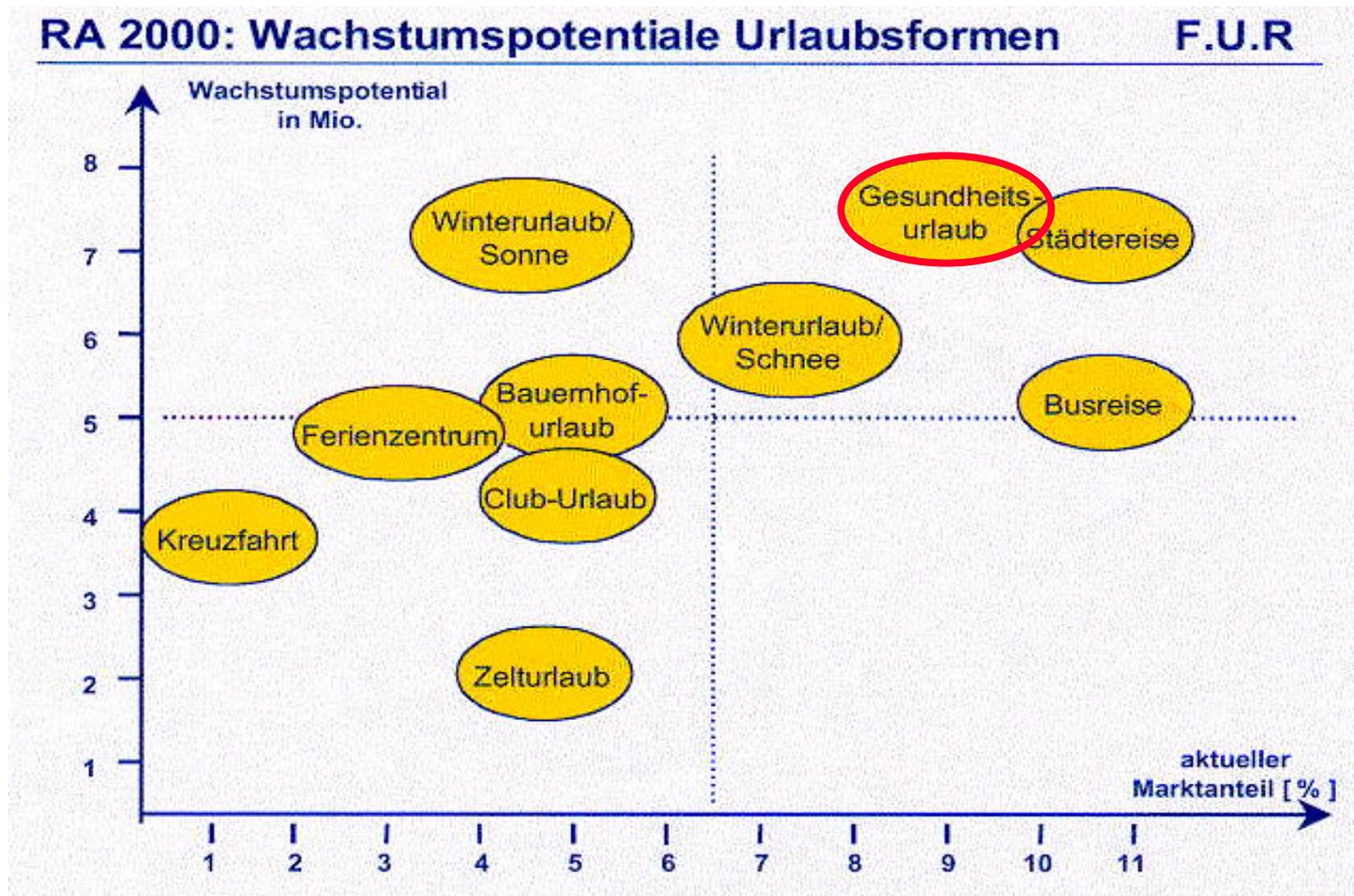
Marktpotenziale

-Entwicklung der Potenziale 2001 bis 2003
und Veränderungen (%) -



RA 2003

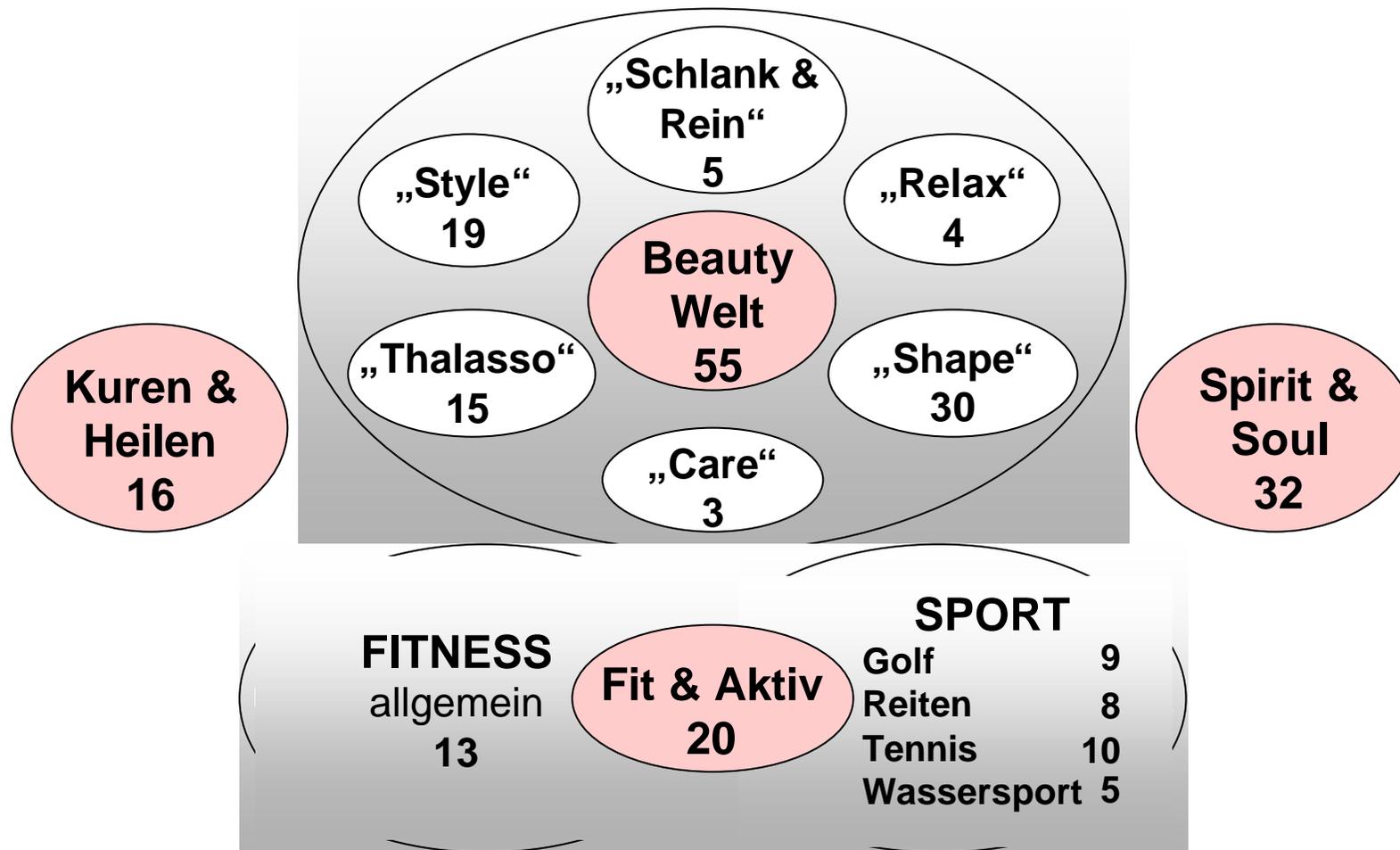
F.U.R



Quelle: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V., RA 2000, Reiseanalyse aktuell.

Wellness-Schwerpunkte in Reiseveranstalter-Katalogen

- Produktlinien -



Quelle: *dwif* 2002

Reha-Einrichtungen:

Höchste Bettendichte, aber noch geringste Bettenauslastung

- Am Jahresende 2000 gab es in Mecklenburg-Vorpommern
 - überwiegend in landschaftlich attraktiven Regionen –
 - **62 Vorsorge- und Rehabilitationseinrichtungen** (+ 2 gegenüber 1999)
 - mit 10 842 aufgestellten Betten.Mit 60,8 Betten je Einwohner hat das Land die mit Abstand höchste Bettendichte in Deutschland.
- Die Reha-Einrichtungen erbrachten Leistungen im Umfang von 2,7 Millionen Pflagetagen für 108 452 Patienten, das waren 8,5 Prozent Pflagetage bzw. 8,8 Prozent Patienten mehr als 1999.
- Im Vergleich zu 1999 konnte die Zahl
 - der hauptamtlich beschäftigten Ärzte um 9 auf 368 und
 - das nichtärztliche Personal von 362 auf 4 330 Mitarbeiter weiter aufgestockt werden.

Gesundheitstourismus ist im besten Sinn „nachhaltiger Tourismus“,

womit Ziele wie:

- Rücksichtnahme zur Erhaltung der **ökologischen Grundlagen**,
- Steigerung der **kulturellen und sozialen Verantwortung** und
- Einbindung insbesondere der bäuerlichen Bevölkerung (als Zulieferer gesunder Bio-Produkte)

verwirklicht werden können.

Presseinformation: content&event

Gesundheitstourismus

beinhaltet dabei nicht nur medizinische Behandlungen im Rahmen von **Kur**aufenthalten, sondern vermehrt

nicht-medizinische Programme wie

- Kosmetik,
- Sport,
- Fitness,
- ganzheitliche Relax-Programme und
- gesunde Ernährung.

Als Zukunftsperspektiven und Trends im Gesundheitstourismus

ergaben sich unter anderem die

- Steigerung der **Qualitätsangebote**,
- Erhöhung der Einnahmen im **alternative Gesundheitstourismus**,
- Verlängerung der touristischen Saisonen,
- zunehmende **Spezialisierung** wie
 - Antistressprogramme oder im Bereich der
 - biologischen Ernährung.

Fachkräfte sind künftig in folgenden Bereichen verstärkt gefragt

- **Ernährung:** Ernährungsberater, Diätassistent, Diätkoch
- **Wellness und Beauty:** Wellnesstrainer, Biovital-Manager, Biovital-Operator, Masseur, Kosmetiker
- **Kur:** Kinesiotherapeut, Physiotherapeut, Kurarzt, Heilmasseur, Rehabilitator, Heilbademeister
- **Sport:** Fitnesstrainer, Sportkoordinator, Sportwissenschaftler, Sportberater

Berufsausbildung/ Fortbildung/ Umschulung (staatl. anerk. o. gepr., staatliche Prüfung)	Aufstiegs- fortbildung (staatl. anerk. o. gepr., staatliche Prüfung)	Anpassungs- qualifizierung (staatl. anerk. o. gepr., staatliche Prüfung)	Aufstiegs- fortbildung (<u>nicht</u> staatl. anerk. o. gepr., bildungsträgerinterne Prüfung)	Anpassungs- qualifizierung (<u>nicht</u> staatl. anerk. o. gepr., bildungsträgerinterne Prüfung)	Anpassungs- qualifizierung (bildungsträgerinternes Zertifikat o. Teilnahmebestätigung, <u>ohne</u> Prüfung)
--	---	---	--	--	--

**Gast-
gewerbe**

- | | | | | |
|--|---|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - Hotelfachmann (IHK) - Hotelkaufmann (IHK) - Fachkr. im Gastgewerbe (IHK) - Restaurantfachmann (IHK) - Koch (IHK) - Küchenassistent - Diätassistent | <ul style="list-style-type: none"> - Hotelmeister (IHK) - Restaurantmeister (IHK) - Küchenmeister (IHK) - Diätkoch (IHK) - Ernährungsberater | <ul style="list-style-type: none"> - Ernährungsberater ? | <ul style="list-style-type: none"> - Wirtebrief (DEHOGA) - Gourmet-Koch f. gesunde Ernährung - Ernährungsberater - Naturveda-Ernährungsberater | <ul style="list-style-type: none"> - Ernährungsberater - Ernährungscoach - Ayurvedische Küche - Vollwertküche - Heilfasten |
|--|---|---|--|---|

Tourismus

- | | | | | |
|---|--|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Reisebürokaufmann (IHK) - Touristikfachkraft (IHK) - Touristikassistent | <ul style="list-style-type: none"> - Touristik-/Tourismusfachwirt (IHK) | <ul style="list-style-type: none"> - Podologe/
Mediz. Fußpfleger | <ul style="list-style-type: none"> - Touristik- u. Sportmanager - Touristikmanager - Touristikfachkraft - Tourismusreferent - Internat. Servicefachkraft f. Touristik u. Freizeit | <ul style="list-style-type: none"> - Marketing für Tourismusbetriebe - Produktentwicklung und Pauschalen |
|---|--|---|--|--|

Beauty

- | | | | | |
|---|--|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Friseur - Kosmetikerin | <ul style="list-style-type: none"> - Friseurmeister | <ul style="list-style-type: none"> - Podologe/
Mediz. Fußpfleger | <ul style="list-style-type: none"> - Farbberater - Stilberater - Imageberater | <ul style="list-style-type: none"> - Farbberater - Stilberater - Imageberater - Imagestylist |
|---|--|---|--|--|

**Gesundheit
Sport
Fitness
Wellness**

- | | | | | |
|--|--|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Sport- u. Fitnesskfm. (IHK) - Referent f. Gesundheitstourismus - Fachangestellter f. Bäderbetriebe - Masseur u. medizinischer Bademeister - Physiotherapeut - Ergotherapeut - Kaufmann im Gesundheitswesen (IHK) | <ul style="list-style-type: none"> - Sportfachwirt (IHK) - Fitnessfachwirt (IHK) - Meister f. Bäderbetriebe | <ul style="list-style-type: none"> - MedicWell®-Trainer - Wellnesstrainer - Osteopath | <ul style="list-style-type: none"> - Saunameister - Kneipp- u. Kurbademeister - Wellnessberater - Wellnesstrainer - Gästebetr. f. Wellness u. Fitness - Sportmanager - Sportmarketingmanager - Sport- u. Fitnesstrainer - Sport- u. Touristikmanager - Fitness- u. Ges.-trainer - Step-/ Aerobic-Instructor - Indoor-Cycling-Instructor - Mediz. Präventologe - Referent Ges.-förderung - Gesundheitsberater - Ges.- u. Mentaltrainer - Ges.- u. Mentalberater - Ges. u. Ernährungsberater | <ul style="list-style-type: none"> - Wellnessberater (IHK) - Wellnessmanager (IHK) - Diplom. Wellnesstherapeut - Ayurveda - Yoga - Qi Gong - Tai Chi - Präventiver Gesundh.-sport - Druckpunktmassage - Rückenschule - Stressmanagement - Entspannungstechniken - Aquabalancing |
|--|--|--|--|--|