

# KURORTE- NEWSLETTER





Die rund 350 prädikatisierten Kurorte und Heilbäder sind ein wichtiges Rückgrat des Tourismus im deutschsprachigen Raum. Allein: Es fehlt an Zahlen, Daten und Fakten zur Einordnung in den Medizin- und Gesundheitstourismus. Diese Lücke wollen wir mit unserem neuen Blog und diesem Newsletter schließen. Lassen Sie sich inspirieren und folgen Sie uns, denn:

*„Without data you're just another person with an opinion.“*  
(W. Edwards Deming, Data Scientist)

Viel Spaß beim Lesen wünschen

Cornelius Obier, Dr. Andreas Keck, Detlef Jarosch,  
Felix Wölfle und Anne Dorweiler

## Keyfacts

-  Gut ein Viertel aller Übernachtungen im Deutschlandtourismus werden in Heilbädern und Kurorten generiert.
-  Gesundheit ist für einen erheblichen Teil des Gästeaufkommens in Heilbädern und Kurorten relevant – bei 59% der Übernachtungen und 51% der Tagesreisen.
-  Gesundheitstourismus ist mehr als Kur und Reha. Auch Lifestyle-Themen werden abgedeckt. Entscheidend ist die Wahrnehmung des Gastes: „Ich tue aktiv etwas für meine Gesundheit.“
-  Gesundheitsreisende geben bei entsprechendem Angebot am Ort mehr Geld aus als durchschnittliche Gäste: Übernachtungsgäste + 8% und Tagesgäste +280%.

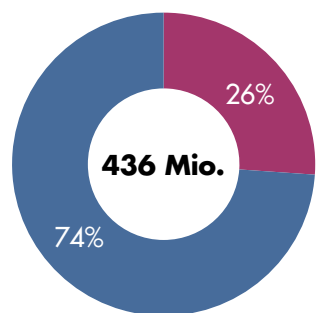
## Gesundheit bei mehr als 50% der Übernachtungen und Tagesgäste in Heilbädern und Kurorten relevant

Im Jahr 2015 verbuchten die deutschen Heilbäder und Kurorte mehr als ein Viertel aller Übernachtungen deutschlandweit. Bei knapp 60% der Reisen haben die Reisenden aktiv etwas für ihre Gesundheit getan und sind daher als gesundheitstouristisch relevante Gäste einzuordnen. (Abb. 1)

Von den Tagesreisen deutschlandweit führen etwa 8% in Heilbäder und Kurorte. Durch die hohe Anzahl von rund 221 Mio., fallen auch diese erheblich ins Gewicht. Von den Tagesgästen in Heilbädern und Kurorten sind gut 50% gesundheitstouristisch bedingt. (Abb. 2)

**Abb. 1: Übernachtungen in Heilbädern und Kurorten**

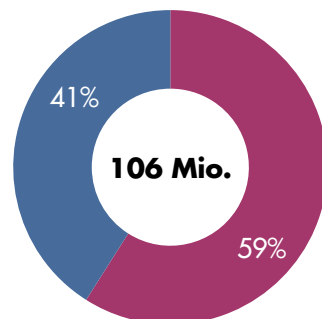
Übernachtungen in Heilbädern und Kurorten deutschlandweit



- in Heilbädern und Kurorten
- in sonstigen Orten

Quelle: Statistisches Bundesamt 2015 und Health Infra PROJECT M 2016

Gesundheitsorientierte Übernachtungen in Heilbädern und Kurorten (nur deutsche Gäste)

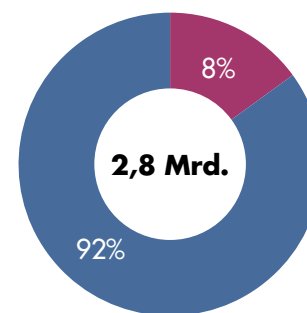


- gesundheitstouristische Gäste
- nicht gesundheitstouristische Gäste

Quelle: Statistisches Bundesamt 2015 und Health Infra PROJECT M 2016

**Abb. 2: Tagesgäste in Heilbädern und Kurorten**

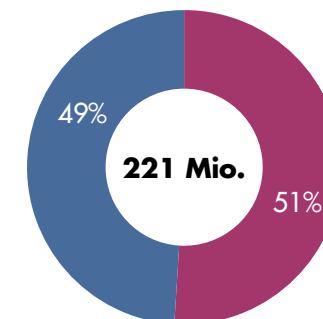
Tagesgäste in Heilbädern und Kurorten deutschlandweit (nur deutsche Gäste)



- in Heilbädern und Kurorten
- in sonstigen Orten

Quelle: Fortschreibung auf Basis Tagesreisen der Deutschen dwif 2013 und Health Infra PROJECT M 2016

Gesundheitsorientierte Tagesgäste in Heilbädern und Kurorten (nur deutsche Gäste)



- gesundheitstouristische Gäste
- nicht gesundheitstouristische Gäste

Quelle: Health Infra PROJECT M 2016



## Reha und Kur am wichtigsten – andere Reiseformen nehmen deutlich zu

Der gesundheitstouristische Markt reicht von gesundheitsorientierten Wellness-Aufenthalten über Präventionsreisen bis zu Reisen aus medizinischen Gründen. Ausschlaggebend für die Zuordnung einer Reise zum Gesundheitstourismus ist, dass der Reisende aktiv etwas für die Gesundheit getan hat. Was bedeutet nun „aktiv etwas für die Gesundheit tun“? Grundsätzlich lässt sich der Markt in zwei Bereiche unterscheiden – entweder stehen Urlaubsmotive oder gesundheitliche Motive im Mittelpunkt der Reiseentscheidung. Die Reisenden können gesund sein oder an einer Krankheit leiden, woraus wiederum spezifische Bedürfnisse resultieren. (vgl. Abb. 3)

**Abb. 3: Gesundheitstourismus – Marktbereiche**

Reisemotivation	Gesunde ohne Indikation	Betroffene mit Indikation
<b>Urlaub und Reise</b>	<b>1. Urlaub mit gesunden Mehrwerten</b> Wellness- und Gesundheitsurlaube, Aktivurlaube oder „Gesundes Tagen“ etc.	<b>2. Sorgenfreier Urlaub</b> für Personen mit chronischen Erkrankungen, z.B. Allergiker, Diabetiker
<b>gezielt gesundheitsorientierte Reisen</b>	<b>3. Reisen zur Erhaltung und Verbesserung</b> von Gesundheit und Leistungsfähigkeit, Prävention, sportmedizinische Angebote, BGM/BGF etc.	<b>4. Reisen aus medizinischen Gründen</b> Sekundär- und Tertiärprävention, Rehabilitation, Heilung

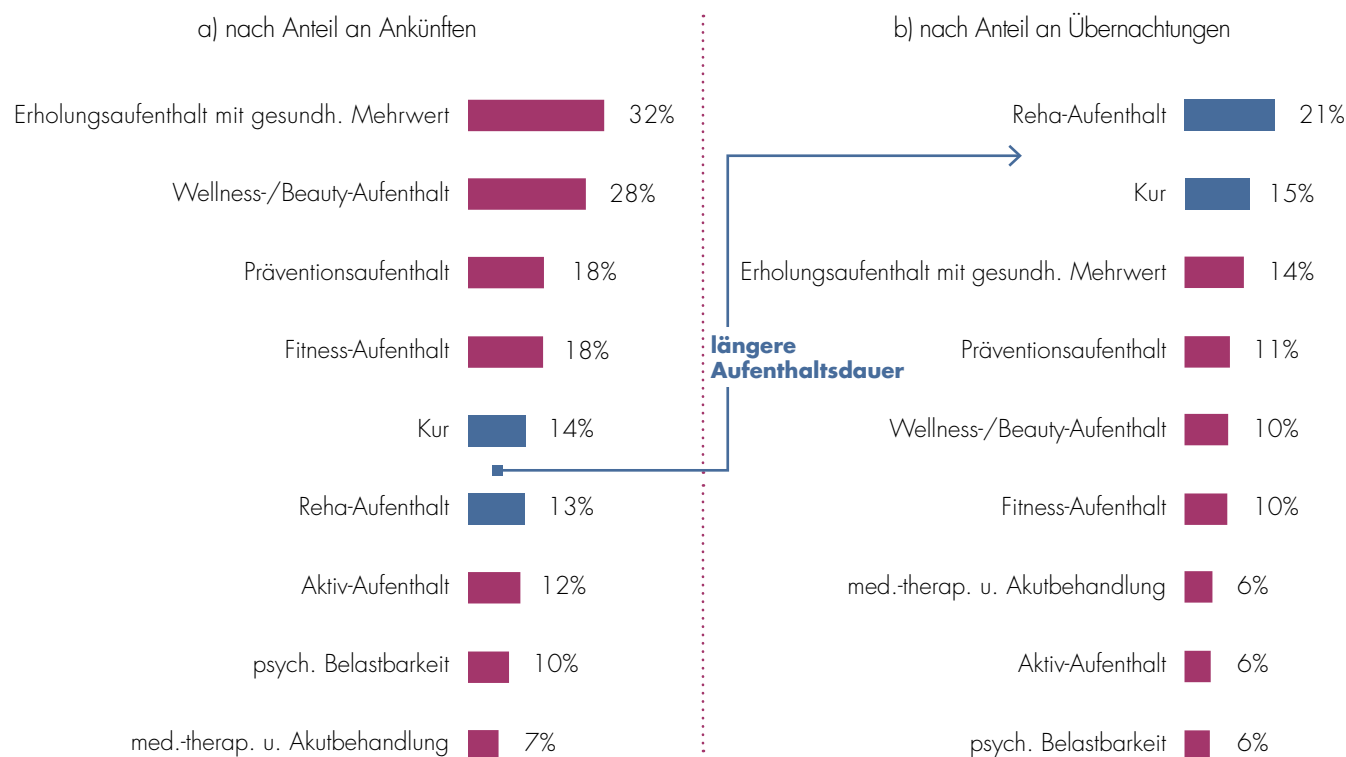
Quelle: PROJECT M und KECK MEDICAL 2016

Innerhalb dieser Bereiche sind unterschiedliche Reiseformen relevant. Hinsichtlich der Ankünfte machen Gesundheitsreisen für Gesunde ohne Indikation, wie Erholungsaufenthalt mit gesundheitlichem Mehrwert, Wellness, Prävention und Fitness, die wichtigsten Segmente im Gesundheitstourismus

aus (vgl. Abb. 4). Bei den Übernachtungen liegen jedoch mit Kur und Reha Reisen für Betroffene mit Indikation vorn. Dies ist insbesondere auf die lange Aufenthaltsdauer bei diesen Reiseformen zurückzuführen.

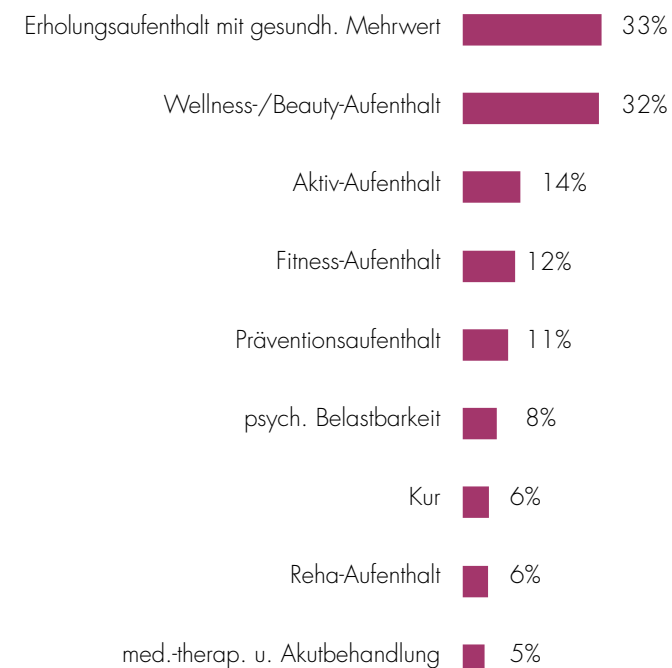
Die Tagesgäste zeigen eine nochmals andere Verteilung bezüglich der Reiseformen. Wellness- und Beauty-Aufenthalte gewinnen gegenüber den Übernachtungsaufhalten massiv an Bedeutung, während medizinisch-therapeutische Reiseformen weniger wichtig sind.

**Abb. 4: Gesundheitstouristische Reisemotivationen – Übernachtungsaufenthalte**



Quelle: Health Infra PROJECT M 2016

**Abb. 5: Gesundheitstouristische Reisemotivationen – Tagesaufenthalte**



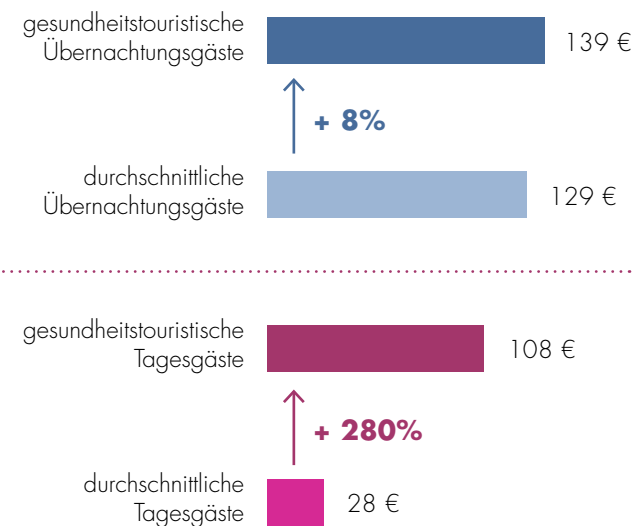
Quelle: Health Infra PROJECT M 2016



## Viermal höhere Ausgaben der Gesundheitsgäste im Tagestourismus

Zahlungsbereitschaft und -verhalten haben sich in den vergangenen Jahren deutlich geändert. Ein größerer Teil der heutigen Gesundheitsreisenden zahlt seinen Aufenthalt komplett selbst. Dies gilt für 68% der Übernachtungsgäste und über 80% der Tagesgäste. Ein gesundheitstouristischer Übernachtungsgast gibt deutschlandweit rund 8% mehr aus als der durchschnittliche Reisende. Bei Tagesgästen liegen die Ausgaben sogar beim Vierfachen eines „normalen“ Gastes.

**Abb. 6: Ausgaben von Gesundheitsreisenden pro Tag**

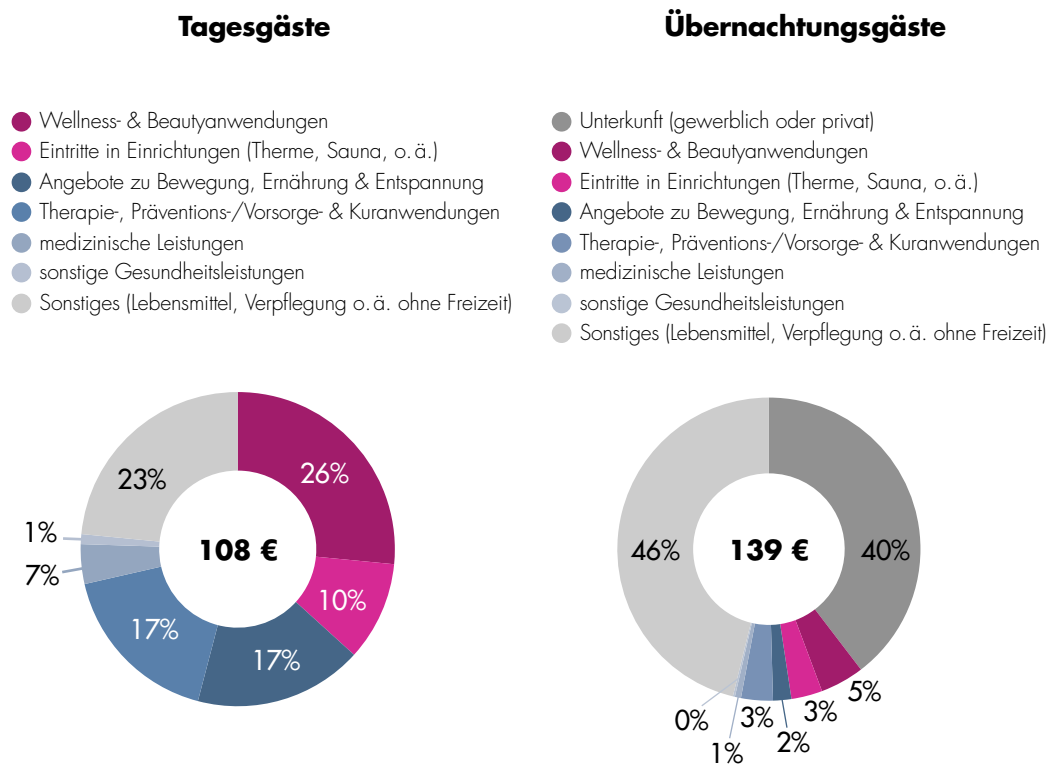


Quelle: Fortschreibung auf Basis Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland dwif 2010 und Tagesreisen der Deutschen dwif 2013 sowie Health Infra PROJECT M 2016

Bei Tagesgästen entfällt ein besonders hoher Anteil der Ausgaben auf gesundheitliche Leistungen, allen voran Wellness- und Beautyanwendungen sowie Eintritte in Thermen, Bäder und Saunen (vgl. Abb. 7).

Hinsichtlich der Ausgaben für Gesundheitsleistungen zeigen sich bei den Übernachtungsgästen geringere Werte als bei Tagesgästen, da sich die Ausgaben hier oft über mehrere Tage verteilen und ggf. bereits im Übernachtungspreis enthalten sind (vgl. Abb. 8).

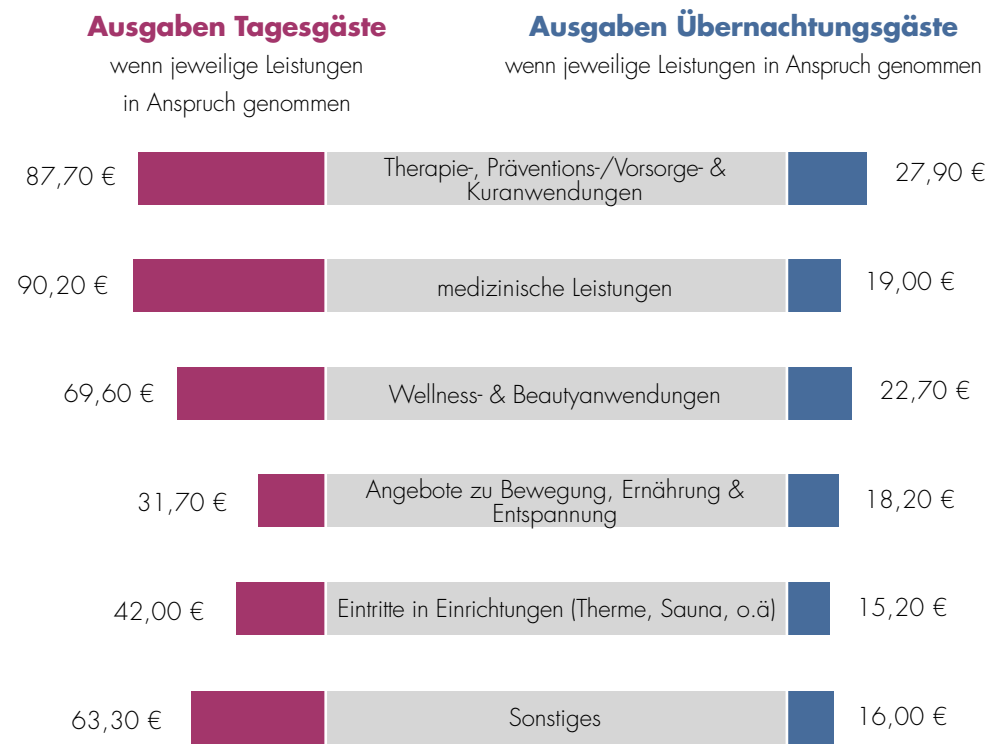
**Abb. 7: Verteilung der Ausgaben von Gesundheitsreisenden pro Tag**



Quelle: Fortschreibung auf Basis Tagesreisen der Deutschen dwif 2013 sowie Health Infra PROJECT M 2016

Quelle: Fortschreibung auf Basis Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland dwif 2010 und Health Infra PROJECT M 2016

**Abb. 8: Ausgaben für in Anspruch genommene Gesundheitsdienstleistungen**



Quelle: Health Infra PROJECT M 2016

## Das Autorenteam

**Dipl.-Kfm. Cornelius Obier** ist geschäftsführender Gesellschafter von PROJECT M und dem Europäischen Tourismus Institut. Er hat mehrere Hundert Beratungsprojekte im Bereich Gesundheit und Tourismus geleitet und ist Experte im Gesundheitstourismus.

**Dr. med. Andreas Keck** ist geschäftsführender Gesellschafter von KECK MEDICAL und dem weltweit tätigen Syte Institute. Er verfügt über langjährige Praxis- und Beratungserfahrung im Gesundheitswesen und umfassendes Know-how bezüglich eHealth.

**Dipl.-Kfm., Dipl.-Geogr. Detlef Jarosch** ist Senior Consultant und Experte für kurörtliche Infrastruktur. Er verantwortet bei PROJECT M den Unternehmensbereich Infrastrukturentwicklung und -management

**Dipl.-Sportwissenschaftler Felix Wölfle** ist Senior Consultant bei PROJECT M. Seine Schwerpunkte liegen in den Bereichen Gesundheitstourismus, Natursport und Barrierefreiheit.

**Dipl. Geogr. Anne Dorweiler** ist Consultant bei PROJECT M. Ihre Schwerpunkte liegen im Gesundheitstourismus, insbesondere auf der Studie Kompetenzanalyse der Heilbäder und Kurorte in Deutschland.

## Kompetenzanalyse der Heilbäder und Kurorte

Der vorliegende Newsletter basiert auf Daten aus der „Kompetenzanalyse der Heilbäder und Kurorte in Deutschland“. Im Rahmen dieser dreiteiligen Studienreihe werden individuelle und auf die einzelnen Heilbäder und Kurorte zugeschnittene, aktuelle Daten zu den Kompetenzprofilen im Gesundheitstourismus heraus gearbeitet:

- Modul 1: „**Health Brand**“ - Kompetenz und Markenstärke der Heilbäder und Kurorte
- Modul 2: „**Health Marketing**“ - Zielgruppen, Marketing und Vertrieb im Gesundheitstourismus
- Modul 3: „**Health Infra**“ - Zukunftsfähige Infrastruktur, ökonomische Bedeutung des Gesundheitstourismus, Nutzen des Prädikates

Interessierte Heilbäder und Kurorte können sich an allen Modulen beteiligen.

**Weitere Informationen finden sich unter:**

[www.gesundheit-tourismus.info](http://www.gesundheit-tourismus.info)

Bitte nehmen Sie Kontakt zu uns auf:

+49 (0)40 419 23 96-0

[studie@projectm.de](mailto:studie@projectm.de)





**PROJECT M** ist eine im Gesundheits- und Medizintourismus führende Unternehmensberatung im deutschsprachigen Raum.  
www.projectm.de

**Kontakt:**

Tel.: +49 (0)40 - 4 19 23 96-0  
E-Mail: info@projectm.de

**KECK MEDICAL** ist ein weltweit tätiges Beratungsunternehmen spezialisiert auf wissenschaftlich basierte Strategieberatung und Umsetzungsbegleitung im Gesundheitsmarkt. www.keck.medical.com

**Kontakt:**

Tel.: +49 (0)40 - 329 012 09  
E-Mail: info@keck-medical.com

## Impressum:

### **PROJECT M GmbH**

Gurlittstr. 28, 20099 Hamburg  
Tel.: +49 (0)40 - 4 19 23 96-0  
E-Mail: info@projectm.de  
Geschäftsführer: Dipl.-Kfm. Cornelius Obier  
Amtsgericht Hamburg HRB 142836 B  
UStID: DE 197705660

### **KECK medical concepts and business management GmbH**

Kurze Mühren 1, 20095 Hamburg  
Tel.: +49 (0)40 - 329 012 09  
E-Mail: info@keck-medical.com  
Geschäftsführer: Dr. Andreas Keck  
Amtsgericht Hamburg HRB 93488  
UStID: DE 243309941

### **Design**

Grafenstein Freizeit- und Tourismuswerbung GmbH  
www.grafenstein.net

© 2016 PROJECT M und KECK MEDICAL

## Bildnachweise:

S.1 Igor Zubkis/shutterstock; S.3 l. jd-photodesign/fotolia, r. contrastwerkstatt/fotolia; S.5 anyaivanova/shutterstock; S.7 RioPatuca Images/fotolia