

Unterrichtung

Der Präsident
des Niedersächsischen Landtages
– Landtagsverwaltung –

Hannover, den 07.03.2012

Gesundheitstourismus: Potenziale eines Wachstumsmarktes nutzen

Beschluss des Landtages vom 14.09.2011 - Drs. 16/4003

Im Jahr 2009 haben 4 Mio. Menschen in Deutschland einen „Gesundheitsurlaub“ gemacht. Bis 2020 wird ein Anstieg auf circa 7 Mio. erwartet. Fast 40 % aller Urlauber wollen in ihrem Urlaub etwas für ihre Gesundheit tun. Vor diesem Hintergrund ergeben sich für die Gesundheits- und Tourismuswirtschaft große Entwicklungspotenziale, die es mit entsprechenden Angeboten auszuschöpfen gilt.

Gesundheitstourismus ist ein Teil des überwiegend privatfinanzierten „Zweiten Gesundheitsmarktes“, welcher sich an den drei Motiven „Gesund bleiben“, „Gesund werden“ und „Genießen“ orientiert. Dabei gelangen die Faktoren Fitness und Wohlbefinden, Erhaltung der eigenen Leistungsfähigkeit sowie die Vorbeugung gesundheitlicher Risiken immer mehr ins Bewusstsein der Menschen.

Die Verknüpfung der Gesundheitswirtschaft mit dem Tourismus bietet gerade für die Kur-, Heilbäder- und Seebäderorte Wachstumschancen. Auch durch den demografischen Wandel werden neue Zielgruppen erschlossen. Zentrale Aufgabe für den Tourismus ist die Bildung von Brücken und Kooperationen mit dem Gesundheitssektor. Die Einbindung touristischer Akteure und Strukturen in die Gesundheitswirtschaft ist Notwendigkeit und Chance zugleich.

Auch im Gesundheitstourismus gilt die Maxime, sich mit Qualität und Service zu profilieren und im Markt mit Alleinstellungsmerkmalen und Kernkompetenzen zu bestehen. Zur Nutzung der Marktpotenziale des Gesundheitstourismus und damit des Tourismus als Wirtschaftsfaktor in allen Regionen in Niedersachsen gilt es, geeignete Rahmenbedingungen zu setzen.

Der Landtag bittet daher die Landesregierung,

1. die Anbieterlandschaft in den Kur-, Heilbäder- und Seebäderorten bei der Erschließung zukünftiger und neuer Marktpotenziale und der Profilbildung zu unterstützen,
2. die Beherbergungsbetriebe bei der Weiterentwicklung des Unternehmens und der Schulung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu begleiten,
3. Kooperationen zwischen der Tourismuswirtschaft und der Gesundheitswirtschaft zu unterstützen, die Strukturen zusammenzuführen, um damit die Gesundheits- und Servicekompetenz in einem Angebot zu ermöglichen,
4. die Qualitätssicherung der Anbieter (z. B. durch Zertifizierungen für Hotels und die Angebote), Wachstumsfelder und Markttrends zu identifizieren und deren Umsetzung in speziellen Programmen zu initiieren und
5. insbesondere Kurorte und Rehakliniken für den verstärkten Bedarf der zielgruppenorientierten Werbung um gesundheitsorientierte Selbstzahler zu sensibilisieren.

Antwort der Landesregierung vom 07.03.2012

Niedersachsen ist bundesweit Vorreiter in der Umsetzung des Qualitätsgedankens in den Kur- und Erholungsorten des Landes. Durch die Umsetzung der am 01.05.2005 in Kraft getretenen Kurortverordnung hat die Landesregierung einheitliche Standards und eine deutliche Qualitätssteigerung der niedersächsischen Kurorte und Heilbäder erreicht sowie die Wettbewerbsfähigkeit gesundheitstouristischer Produkte und Dienstleistungen gesteigert. Von ehemals insgesamt 201 niedersächsischen Heilbädern, Kurorten und Erholungsorten haben im Rahmen eines Reprädikatisierungsverfahrens 110 Orte eine neue Anerkennungsurkunde erhalten, die bestätigt, dass sie sowohl die vom Deutschen Heilbäderverband geforderten fundierten medizinischen Kenntnisse und Angebote als auch die gestiegenen Qualitätserwartungen der „Gesundheitstouristen“ an einen modernen Kurort erfüllen. Niedersachsen bietet seinen Gästen somit eine breite Angebotspalette von 44 Kurorten, 16 Luftkurorten und 50 Erholungsorten. Eine vollständige Auflistung der aktuell anerkannten Heilbäder und Kurorte mit dem jeweils gültigen Prädikat kann auf der Internetseite des MW eingesehen werden.

Im Rahmen der Tourismuspolitik setzt die Landesregierung den Weg zur Stärkung der niedersächsischen Kurorte und Heilbäder und des Gesundheitstourismus insgesamt fort. In der aktuellen Förderperiode 2007 bis 2013 wurden allein für den Bereich Gesundheitstourismus 16 Maßnahmen zur Stärkung der Infrastruktur und Wettbewerbsfähigkeit unterstützt. Insgesamt konnte mit einer Fördersumme von rund 27 Mio. Euro ein Investitionsvolumen von knapp 60 Mio. Euro generiert werden.

Durch die geförderten Maßnahmen wird die Wettbewerbsfähigkeit Niedersachsens im Bereich des Gesundheitstourismus durch zielgruppenorientierte, zukunftsfähige Einrichtungen, Angebote und Maßnahmen weiter gestärkt. Für den Gesundheitstourismus relevante Kriterien wie z. B. Qualität, Zielgruppenorientierung und Nachhaltigkeit sind konsequent in das Bewertungsverfahren von touristischen Förderanträgen integriert worden. Dies hat im Ergebnis dazu geführt, dass das touristische Angebot des Reiselandes Niedersachsen die Kundenerwartungen offensichtlich erfüllt und Niedersachsen eine sehr stabile, positive Entwicklung im Gesundheitstourismus verzeichnen konnte.

Dies vorausgeschickt, wird wie folgt unterrichtet:

Zu 1:

Die Landesregierung hat die TourismusMarketing Niedersachsen GmbH (TMN) beauftragt, durch eine eigne Marktforschung alle entscheidungsrelevanten Daten für den Tourismus in Niedersachsen zu erheben. Mit diesen Informationen werden die Landesregierung sowie die regionalen Entscheidungsträger in die Lage versetzt, die richtigen Schwerpunktsetzungen und Entscheidungen zu treffen und frühzeitig auf Veränderungen des Marktes zu reagieren. Das Land und die TMN unterstützen und forcieren mit ihren Beratungsdienstleistungen aktiv die Profilbildung sowie die Erschließung neuer Marktpotenziale in den niedersächsischen Reiseregionen. So stellt das Land einen permanenten Dialog mit den Standorten und den örtlichen Leistungsträgern und Tourismusorganisationen sicher. Neben der aktiven Beratung setzt die Landesregierung das Instrumentarium der Tourismusförderung zielgerichtet ein.

Auf Grundlage der gewonnenen Marktforschungsergebnisse hat die Landesregierung das Thema Gesundheitstourismus bzw. Wellness für Niedersachsen als Potenzialmarkt für die Gewinnung neuer Zielgruppen identifiziert. Der Themenschwerpunkt Gesundheitstourismus wurde bereits im Jahr 2008 als Entwicklungschance in den touristischen Entwicklungskonzepten (Masterpläne für die Regionen Harz, Nordsee, Weserbergland, Lüneburger Heide) definiert. Die Masterpläne geben Handlungsempfehlungen für die zukünftige touristische Entwicklung und Erschließung neuer Potenziale und sind ein wichtiges strategisches Entwicklungsinstrument. Das Land Niedersachsen unterstützt die Regionen bei der Umsetzung der Masterpläne bis zum Jahr 2013 mit rund 1,5 Mio. Euro.

Die Landesregierung wird die Kurorte und Heilbäder auch weiterhin bei der Entwicklung attraktiver, marktfähiger Infrastruktur durch die Gewichtung von Fördermitteln unterstützen.

Zu 2:

Der Wettbewerb touristischer Zielgebiete, das sich verändernde Nachfrageverhalten der Gäste und die Forderung nach abwechslungsreichen Produkten und Angeboten sind Gründe für eine permanente Weiterentwicklung des touristischen Angebots. Für das Erreichen und Sichern von Wettbewerbsvorteilen sind Qualitätsmanagementinitiativen unter besonderer Berücksichtigung der Kundenzufriedenheit unabdingbar.

Vor diesem Hintergrund unterstützt das Land Niedersachsen seit 2004 die partnerschaftliche Qualitäts- und Schulungsinitiative „ServiceQualität Deutschland in Niedersachsen“, mit deren Durchführung das Land die TMN beauftragt hat. Die TMN unterstützt und berät die Betriebe bei der Antragstellung und hebt das Qualitätssiegel „Q“ besonders in der Vermarktung hervor. In der Gründungsphase 2004 waren nur sechs Bundesländer an dem Projekt beteiligt. Inzwischen hat sich die niedersächsische Idee zu einer Initiative in ganz Deutschland entwickelt und es konnte eine Beteiligung aller Bundesländer erreicht werden. Im Juni 2009 wurde aus „ServiceQualität Niedersachsen“ die bundesweite Initiative „ServiceQualität Deutschland“. In Niedersachsen sind inzwischen 336 Betriebe und Einrichtungen zertifiziert, in ganz Deutschland sind es 3 364 Betriebe.

Das Schulungs- und Qualitätssiegelprogramm „ServiceQualität Deutschland in Niedersachsen“ bietet interessierten Betrieben die Möglichkeit, in einem dreistufigen Verfahren die Servicequalität im eigenen Unternehmen aus der Kundenperspektive zu analysieren. Die Initiative schult Fachkräfte und vergibt das Qualitätssiegel „Q“ an Betriebe, die sich in besonderem Maße im Bereich der Servicequalität engagieren und nachhaltig und kontinuierlich an Verbesserungen arbeiten. An dem zunächst als Angebot für touristische Dienstleister geschaffenen Qualitätsmanagementprogramm beteiligen sich neben Beherbergungsbetrieben, Gaststätten, Freizeitparks und Tourismusorganisationen mittlerweile auch Dienstleistungsbetriebe aus anderen Branchen (wie Versicherungen, Einzelhandel, öffentliche Verwaltungen etc.).

„ServiceQualitäts“-Seminare sind im Rahmen des Programms „IWiN - Individuelle Weiterbildung in Niedersachsen“ für kleine und mittlere Unternehmen förderfähig.

Zu 3:

Die Landesregierung unterstützt die Standorte und örtlichen Tourismusorganisationen bei der Bildung vernetzter Angebote unter Berücksichtigung der Aspekte Zielgruppenorientierung und Nachfrage. Zu nennen wären hier insbesondere folgende Beispiele:

- Die Landesregierung hat zusammen mit der TMN im April 2010 die Kampagne „Genießen Sie sich! In Niedersachsen. Reiseland für Ihre schönsten Seiten“ gestartet - eine Kampagne für komfort- und gesundheitsorientierte Reisen (siehe www.geniessen-sie-sich.de bzw. <http://www.wellness-niedersachsen.de>). Diese Gesundheits- und Wellnesskampagne setzt die Kooperation zwischen Tourismus- und Gesundheitswirtschaft erfolgreich um und bietet den Kundinnen und Kunden bedürfnisorientierte Angebote. Dabei werden im Dialog mit örtlichen Leistungsträgern und in Abstimmung mit Kompetenzpartnern zielgruppen- und nachfrageorientierte Produkte geschaffen und auf der Homepage der Kampagne platziert. Die Kombination von Urlaub und Gesundheit ist durch die Buchung von Produktpaketen möglich, sodass Gesundheits- und Servicekompetenz in einem Angebot vereint sind. Darüber hinaus gibt die Kampagne ausführliche Informationen zu den Themen Gesundheit und Wellness. Der Erfolg der Homepage spiegelt sich in der Anzahl der Seitenaufrufe wider. Im Jahr 2010 (Start April) konnten 46 535 Seitenaufrufe gezählt werden, im Jahr 2011 bereits 148 624.
- Die TMN hat mit dem Niedersächsischen Heilbäderverband (HBV) einen Kooperationsvertrag für das Jahr 2012 geschlossen. Wesentliches Element des Vertrages ist die Zusammenarbeit im Bereich Marketing. So sollen zum Beispiel die Themen Wellness und Gesundheit, die Qualitätsinitiativen WELLNESS STARS und MEDICAL WELLNESS STARS sowie die Anbieterlandschaft der Kurorte und Heilbäder durch gezieltes Marketing noch intensiver unterstützt werden.
- Seit dem Start der Kampagne „Genießen Sie sich!“ gibt es zwischen der TMN und dem mittelständischen Kosmetikunternehmen La mer Cosmetics AG aus Cuxhaven eine Kooperation. Zentrales Thema der Kooperation ist das Wattenmeer, das zum einen beliebtes Urlaubsgebiet und zum anderen Rohstofflieferant für Kosmetikprodukte ist. Die Zusammenarbeit reicht von

der Integration verschiedener Kosmetikprodukte bei Marketingaktionen der TMN bis zur Einbindung der „Genießen Sie sich!“-Kampagne in die deutschlandweite Vermarktung der Produkte. In 2011 konnten beispielsweise in 600 Apotheken bundesweit drei Mal jeweils 100 000 Besucher in der Apotheken-Umschau integriert werden. So konnten insgesamt 300 000 Exemplare zielgruppenorientiert platziert werden. Im Rahmen der Kooperation werden jedoch nicht nur zusätzliche Vertriebswege und Zielgruppen erschlossen, es wird auch durch die Darstellung von PR-starken Sonderthemen für die Stärkung des Standortes Niedersachsen mit hoher Gesundheitskompetenz geworben (Thema 2012: „Hautgesundheit“).

- Im ersten Quartal 2012 ist der Vertragsschluss für ein länderübergreifendes Projekt „Fahrtziel Natur“ (Projektpartner: TMN, tash*, Nordsee GmbH, Nordsee Tourismus Service und diverse Reiseanbieter) zur Inwertsetzung gesundheitstouristischer Reiseziele (z. B. Weltnaturerbe Wattenmeer) beabsichtigt. Die Schwerpunkte des Projektes werden bei den Themen „Nachhaltigkeit“ und „Gesundheit“ liegen und sollen die Zielgruppe der komfort- und gesundheitsorientierten Reisenden in Niedersachsen und Schleswig-Holstein ansprechen. Darüber hinaus soll die Entwicklung von Produkten und Arrangements ein weiterer Schwerpunkt sein.

Des Weiteren wird im Rahmen des Projektes das Thema Barrierefreiheit stärker berücksichtigt und in die Produktbildung integriert. Dies wird ebenfalls von der TMN unterstützt, da die TMN gleichzeitig Mitglied in der Länderarbeitsgruppe des Projektes „Entwicklung und Vermarktung barrierefreier Angebote und Dienstleistungen im Sinne eines Tourismus für Alle in Deutschland“ beim Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie ist (http://bmwi.de/BMWi/Navigation/Presse/pressemitteilungen_did=452822.html).

Zu 4:

In einem sich ständig verschärfenden nationalen und internationalen Wettbewerb ist es Ziel der Landesregierung, das Reiseland Niedersachsen zu stärken und optimal zu positionieren. Dabei kommt insbesondere der Qualität im Beherbergungsgewerbe und deren objektiver Bewertung eine hohe Bedeutung zu. Eine für den Gast und den Betrieb transparente Gestaltung der Kriterien und des Verfahrens, die Entwicklung ganzheitlicher Bewertungsansätze sowie deren stringente Einhaltung sind für die Landesregierung unerlässliche Faktoren für ein funktionierendes Qualitätssicherungs- und Managementsystem.

Bei den vom Deutschen Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA) und der Deutschen Tourismusverband Service GmbH (DTV) jeweils angebotenen Qualitäts- und Klassifizierungsinitiativen für Hotels, Gasthöfe, Gästehäuser, Pensionen, Ferienwohnungen, Privatzimmer, Bauernhöfe und Campingplätze handelt es sich um Gütesiegel der Beherbergungsbranche, mit dem Qualität und ein bestimmter Ausstattungsstandard garantiert werden sollen.

Im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ sowie mit Mitteln des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung ist die finanzielle Unterstützung von Investitionsvorhaben im Beherbergungsgewerbe im Rahmen der einzelbetrieblichen Förderung ein Schwerpunkt der Tourismusförderung in Niedersachsen. Neben der Schaffung von Dauerarbeitsplätzen in der Beherbergungsbranche soll so die Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit kleiner und mittlerer niedersächsischer Betriebe gefestigt bzw. erhöht werden, um damit zur Stärkung der Wirtschaftskraft in den touristischen Destinationen beizutragen. In der aktuellen Förderperiode 2007 bis 2013 wurden bislang insgesamt 69 Vorhaben mit einem Gesamtinvestitionsvolumen von 201,3 Mio. Euro und einem Gesamtzuschussvolumen von 41,144 Mio. Euro gefördert. Mit der Förderung der Beherbergungsbetriebe konnten insgesamt 616 Dauerarbeitsplätze, davon 183 Ausbildungsplätze, geschaffen werden.

Besonderer Wert wird dabei auf eine signifikante Qualitätsverbesserung sowie den innovativen Charakter einer Investitionsmaßnahme gelegt. Ziel ist es, Fördermittel für Investitionen im Beherbergungsgewerbe dort einzusetzen, wo durch sichtbare Qualitätssteigerung (z. B. durch Nachweis der Teilnahme an Klassifizierungsprogrammen des DEHOGA oder der DTV, Nachweis der Teilnahme an „ServiceQualität Deutschland in Niedersachsen“), durch die Schaffung herausragender, innovativer, sozial und ökologisch nachhaltiger Angebote sowie die Entwicklung neuer Produkte die Kundenzufriedenheit gesteigert, das Image Niedersachsens verbessert und vor allem zusätzliche Gäste/Übernachtungen in den touristischen Schwerpunktgebieten generiert werden können.

Qualitätsverbessernde Maßnahmen z. B. durch Verbesserung der funktionalen und ästhetischen Qualität (nachweisbar durch DEHOGA- bzw. DTV-Klassifizierung), durch Berücksichtigung der Qualitätskomponente „Service“ (nachweisbar durch Zertifikat nach der Schulungs- und Qualitätsinitiative „ServiceQualität Deutschland“ mindestens der Stufe I) sowie Maßnahmen zur Steigerung der Mitarbeiterkompetenz werden im Rahmen der Antragsbewertung honoriert.

Um die Marktposition der Kurorte und Heilbäder weiter ausbauen zu können, hat der HBV vom Land Niedersachsen eine Förderung erhalten, mit der seit April 2011 die Implementierung der bundesweit anerkannten Gütesiegel WELLNESS STARS und MEDICAL WELLNESS STARS erfolgt (siehe <http://www.wellness-stars.de>).

Hotels und Thermen, die mit den WELLNESS STARS zertifiziert worden sind, bieten ihren Gästen einen hochwertigen Wellnessbereich zum Entspannen und Wohlfühlen. Je nach Qualitätsniveau variiert die Anzahl der Sterne von drei bis fünf. Beurteilt werden dabei unter anderem Behandlungsspektrum, naturnahe Lage, Ausstattung, Personal und Service. In Niedersachsen wurden bereits die folgenden sechs Thermen ausgezeichnet: Sole Vital in Bad Laer, Wellness am Meer in Bad Zwischenahn, Landgrafen-Therme in Bad Nenndorf, Hufeland Therme in Bad Pyrmont, Erlebnisbad Ocean Wave in Norden-Norddeich und Bentheimer Mineral Therme in Bad Bentheim. Weiterhin wurde das Gütesiegel an das Hotel Pabst auf Juist sowie an das Steigenberger Hotel in Bad Pyrmont verliehen.

Außerdem verleiht der HBV das Gütesiegel MEDICAL WELLNESS STARS. Hotels, Kliniken, Sanatorien, Thermen, Gesundheits- und Rehabilitationszentren, die mit diesem Gütesiegel zertifiziert worden sind, bieten ihren Gästen ein auf sie abgestimmtes Präventions- und Gesundheitsangebot in einem Wohlfühlambiente mit medizinisch-therapeutischer Betreuung unter ärztlicher Aufsicht. Ortstypische Heilmittel sind Bestandteil der Programme. In Niedersachsen haben die von der Landesregierung geförderten Bäder Jod-Sole-Therme in Bad Bevensen sowie BadeWerk in Neuharlingersiel das Gütesiegel erhalten.

Zudem steht die Landesregierung mit den regionalen Leistungsträgern in einem ständigen Dialog, um weitere Marktfelder und Wachstumspotenziale zu identifizieren und umzusetzen. Beispielhaft lässt sich hier die Vermarktung und Bereitstellung qualitativ hochwertiger Leistungen im Segment Thalasso nennen. Durch gezielte Vermarktung und Förderung wurde die niedersächsische Nordsee als Thalassodestination platziert. In diesem Zusammenhang lassen sich insbesondere zwei vom Land Niedersachsen geförderte und etablierte „Leuchttürme“ in der Vermarktung anführen: das BadeWerk in Neuharlingersiel und das bade:haus auf Norderney - das größte Thalassozentrum Deutschlands.

Weitere Marktfelder sind z. B. die Positionierung von authentischen Alleinstellungsmerkmalen (z. B. Weltnaturerbe Wattenmeer) sowie die Nutzung neuer Vertriebs- und Kommunikationswege wie z. B. Social-Media-Plattformen oder Applikationen (kurz Apps) auf mobilen Endgeräten.

Zu 5:

Der Gesundheitstourismus ist aufgrund gesellschaftlicher Veränderungsprozesse sowohl gesundheitspolitisch als auch ökonomisch von zunehmender Relevanz. Durch die fortschreitende Leistungseinschränkung der Krankenkassen ist vielerorts die Auslastung von Kliniken und Rehabilitationsmaßnahmen rückläufig. Im Gegenzug steigt das Bewusstsein der Menschen, selbst etwas für die eigene Vorsorge tun zu müssen. Vor diesem Hintergrund besteht immer mehr die Notwendigkeit, privat zahlende Gesundheitstouristen durch ein zielgruppengerechtes Marketing als Kundinnen und Kunden zu gewinnen.

Das Land unterstützt die Kurorte und Rehakliniken durch Beratungsdienstleistungen und die vorstehend genannten Maßnahmen. Der intensiv mit den Leistungsträgern geführte Dialog hat vielerorts bereits ein Umdenken ausgelöst. Letztlich kann die Landesregierung jedoch nur Impulse geben und gegebenenfalls durch geeignete Fördermaßnahmen unterstützen; die Initiative zu Veränderungen muss jedoch durch die Kurorte und Kliniken selbst ergriffen werden.