



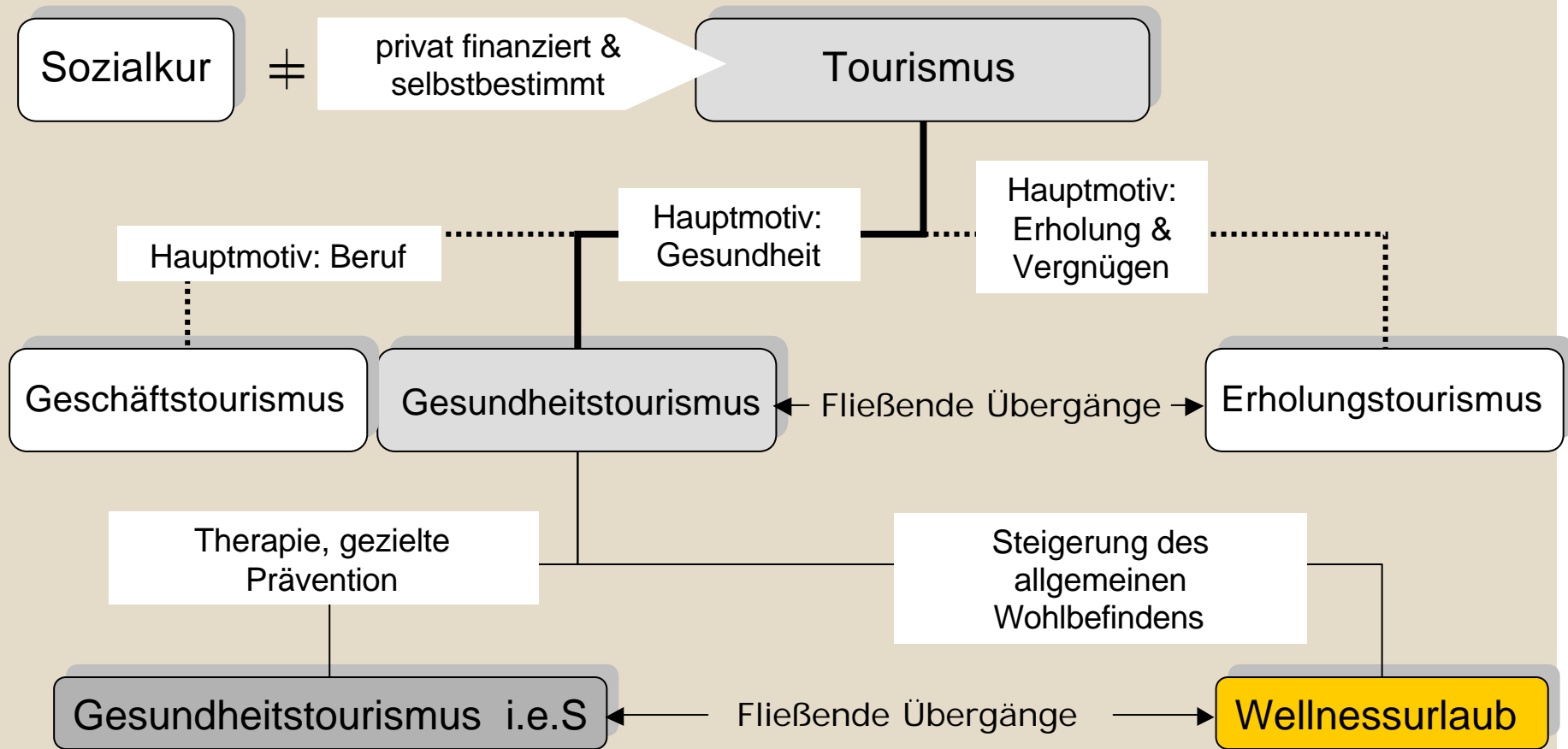
Ausgangssituation der Heilbäder und Kurorte in Rheinland-Pfalz

Erkenntnisse aus der Vergleichenden Qualitätsbewertung von Heilbädern und Kurorten (VQB)

02. April 2008

Bad Kreuznach

Theoretische Abgrenzung über das primäre Reisemotiv



Die gesellschaftlichen Entwicklungsmotoren im Überblick

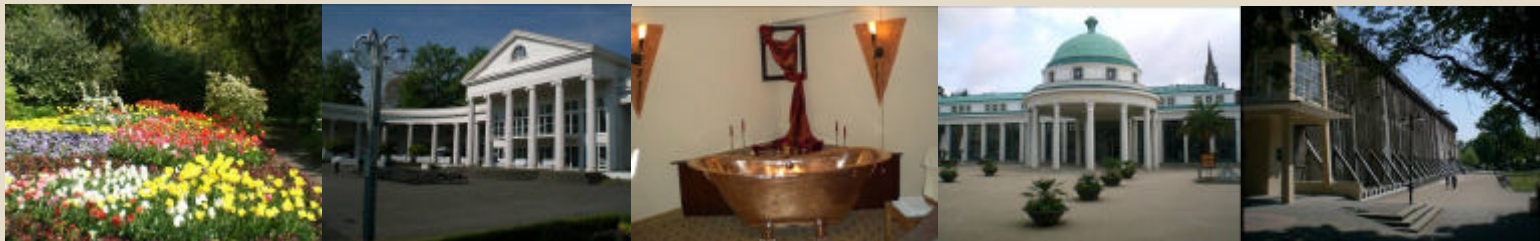


THESEN zur Zukunft des Gesundheitsurlaubs in Heilbädern & Kurorten

1. Die Marktpotenziale im Segment Gesundheitsurlaub i.e.S.* sind noch lange nicht ausgeschöpft.
2. Auch für leichte Formen des gesundheitsorientierten Urlaubs (Wellnessurlaub, gesunder Erholungsurlaub) bieten Heilbäder & Kurorte gute Perspektiven.
3. Der Wettbewerb ist intensiv und gnadenlos. Einige Heilbäder & Kurorte werden es schwer haben, sich in diesem Wettbewerb zu behaupten.

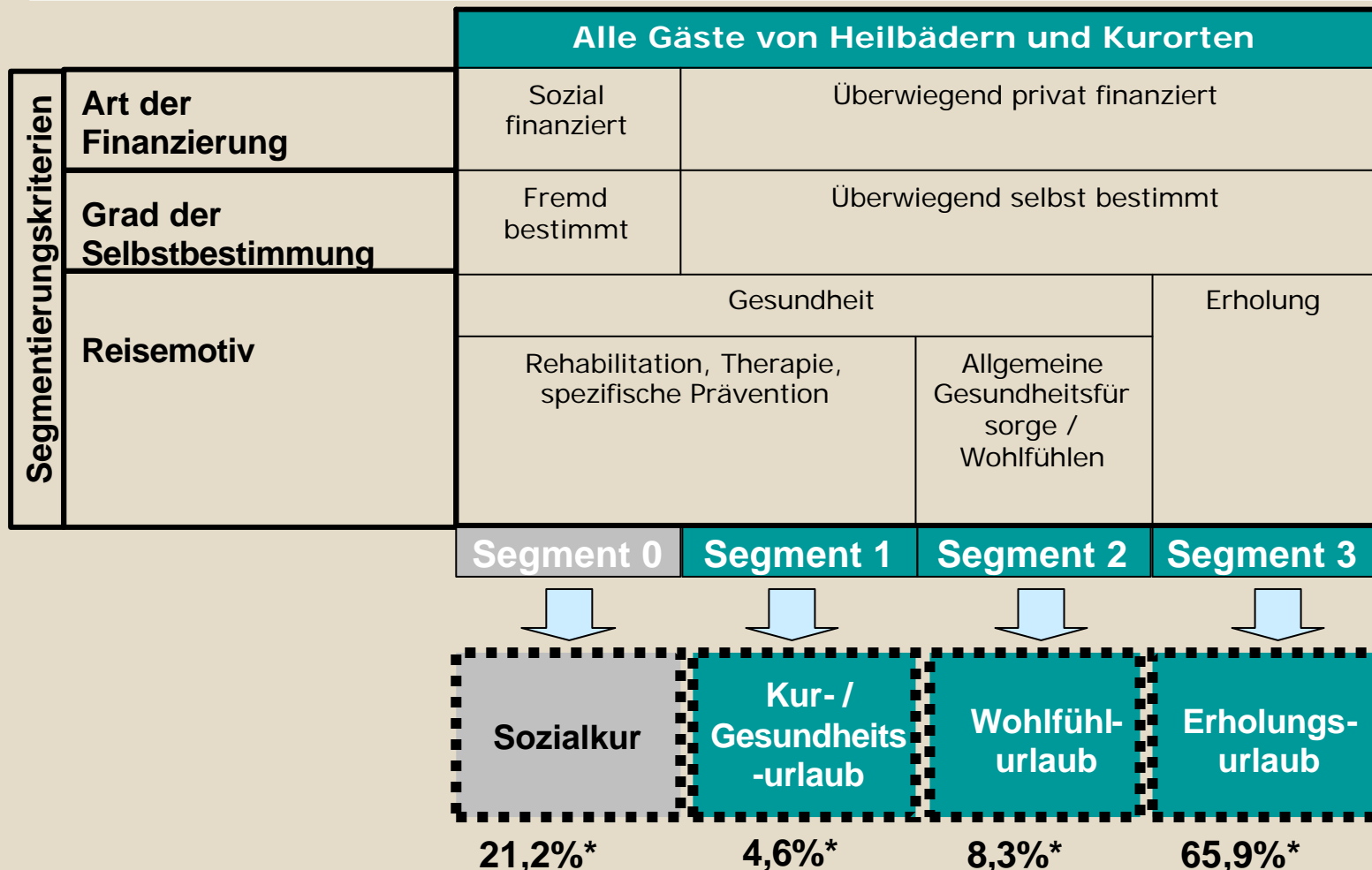
Folgerungen:

1. Intensiver Wettbewerbsdruck erfordert höchste Professionalität in der strategischen Planung, Angebotsentwicklung und -vermarktung.
2. Klare, nutzenorientierte Profilbildung auf der Grundlage der eigenen Kernkompetenzen.
3. Gezielte, aber ganzheitliche Angebotsentwicklung auf der Grundlage der strategischen Positionierung
4. Gesundheit als zielgruppenübergreifende Werbebotschaft intelligent vermarkten.



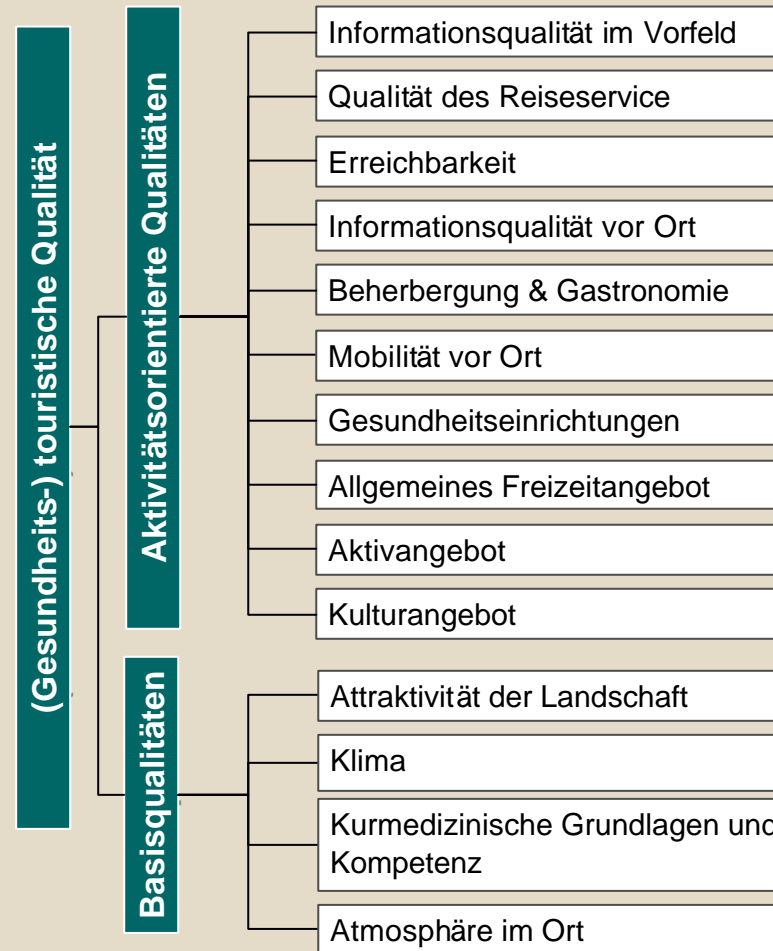
*Therapie und gezielte Prävention als primärer Beweggrund.

Methodik: Betrachtete Zielgruppen



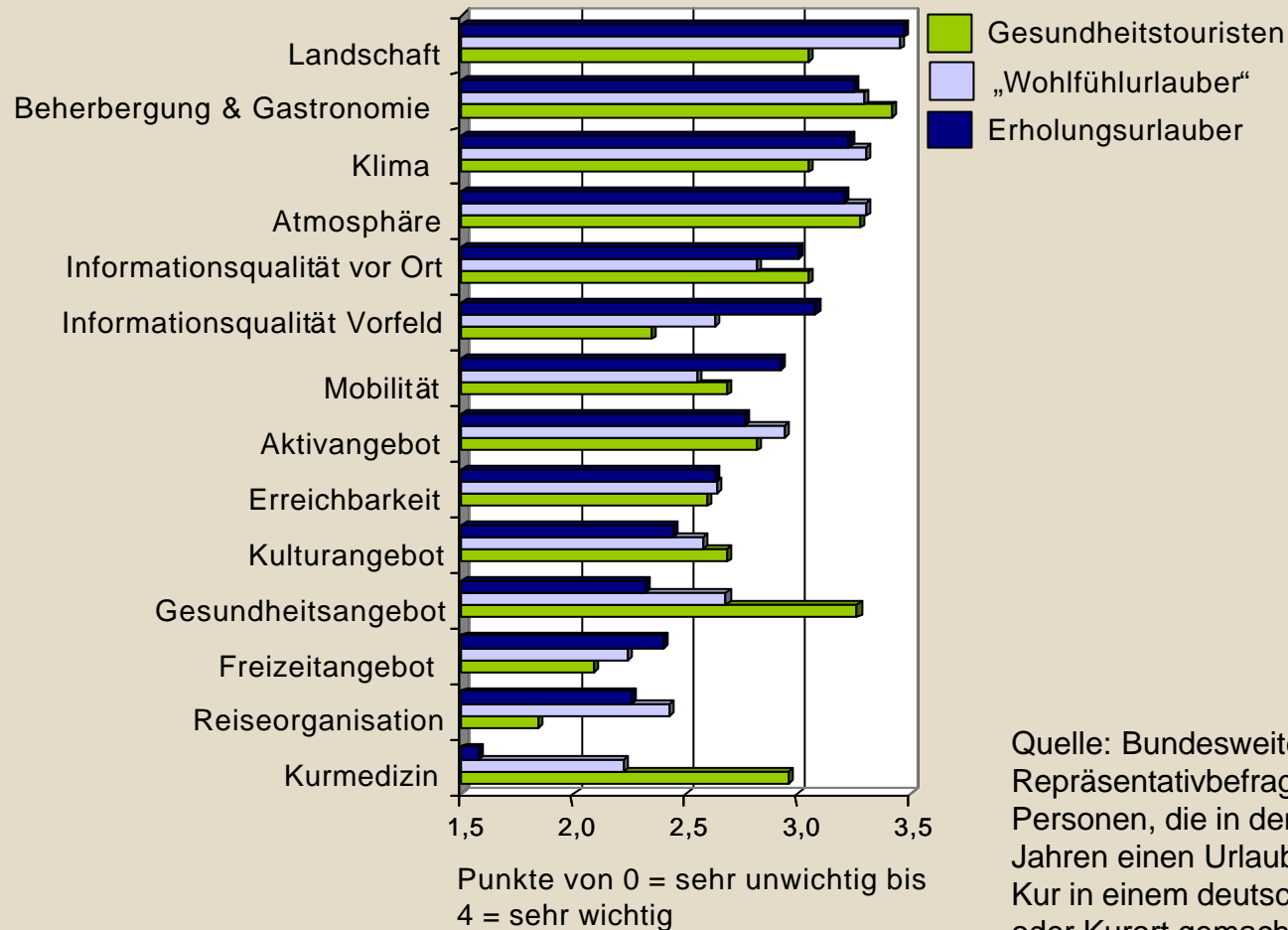
*Basis: Personen, die in den letzten drei Jahren eine Kur oder einen Urlaub in einem H&K verbracht haben

Methodik: Bewertungsinstrument im Überblick



Methodik: Bedeutung der Qualitätskategorien

Frage: Wie wichtig sind Ihnen diese Dinge für einen gelungenen Urlaub?



Quelle: Bundesweite Repräsentativbefragung von Personen, die in den letzten 3 Jahren einen Urlaub oder eine Kur in einem deutschen Heilbad oder Kurort gemacht haben.



Lage im Vergleich zu 158 H&K bundesweit (1)

Rangplätze der rheinlandpfälzischen Teilnehmer:

Eignung für Gesundheitstourismus i.e.S.

(TOP 5)

- ▶ 1
- ▶ 7
- ▶ 38
- ▶ 63
- ▶ 65

Lage im Vergleich zu 158 H&K bundesweit (3)

Rangplätze der rheinlandpfälzischen Teilnehmer:

Eignung für „Wohlfühlurlauber“

(TOP 5)

- ▶ 1
- ▶ 7
- ▶ 41
- ▶ 58
- ▶ 59



Primäre Handlungsbedarfe: Mentale Wellness

1. Atmosphäre (Ortsbilder)
2. Medizinisch-psychotherapeutische Grundlagen
3. Fußgängerfreundlichkeit
4. Informations- und Betreuungsqualität bei Vermietern



Primäre Handlungsbedarfe: Medical Wellness

1. Kurmedizinische Grundlagen und Qualität (spezialisierte Zentren)
2. Fußgängerfreundlichkeit
3. Atmosphäre (Ortsbilder)
4. Restaurants gut&günstig mit adäquatem Angebot



Strategische Empfehlungen auf Basis der VQB

1. Mutige Konzentration auf Mentale Wellness bzw. Medical Wellness für bis zu je fünf Orte in RLP mit
 - ▶ Höchster Qualität im medizinischen/betreuenden Portfolio
 - ▶ Weiterbildung der Gastgeber
 - ▶ Verbesserung der Infrastruktur für Fußgänger
2. Mutige Konzentration auf erholungsorientierte Segmente für die anderen Orte in RLP mit
 - ▶ Erhaltung des H&K-Status und Kommunikation als Zusatznutzen
 - ▶ Verbesserung der Servicequalität; Ausbau des touristischen Portfolios

