

Kurortentwicklungskonzeption Bad Doberan



Februar 1997

REPPPEL + PARTNER

INTERNATIONALES INSTITUT FÜR
TOURISMUS- u. KURORTEBERATUNG

BÜRO BERLIN

DOVESTASSE 2-4, 10587 BERLIN
TEL: 0 30/39 92 29 00, FAX: 39 92 29 01

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation und Aufgabenstellung	1
2	Allgemeine Daten und Fakten.....	2
	2.1 Untersuchungsgebiet.....	2
	2.2 Natürliche Gegebenheiten	2
	2.3 Geschichte.....	2
	2.4 Wirtschaftsstruktur	3
3	Kurortsspezifische und touristische Infrastruktur	5
	3.1 Verkehr	5
	3.1.1 Äußere Verkehrsanbindung	5
	3.1.2 Innerstädtische Verkehrserschließung	6
	3.1.3 Innerörtliche Verkehrssituation.....	7
	3.2 Ortsbild.....	10
	3.3 Einkaufsmöglichkeiten	11
	3.4 Kurwesen.....	11
	3.4.1 Heilmittel.....	11
	3.4.2 Indikationen	12
	3.4.3 Kureinrichtungen.....	12
	3.4.4 Stationäre und ambulante Kuren	13
	3.4.5 Gesundheitswesen	14
	3.5 Beherbergung	14
	3.6 Gastronomie	16
	3.7 Kultur und Brauchtum	17

3.8	Sport und Freizeit	19
3.9	Organisation	20
3.9.1	Organisationsstruktur	20
3.9.2	Gästedienst	20
3.10	Kommunikation.....	21
4	Die kurspezifische und touristische Nachfrage.....	23
4.1	Aufenthaltsdauer und Bettenauslastung	25
4.2	Gästeliste	25
4.3	Aufenthaltsmotive und Bewertung des Angebotes	25
5	Stärken und Schwächen - Analyse.....	27
5.1	Bewertung sämtlicher Angebotsfaktoren	27
5.2	Hauptstärken und Hauptschwächen.....	31
5.3	Derzeitiger Stand der Erfüllung der Prädikatisierungsanforderungen.....	32
6	Trends und Marktentwicklungen	34
6.1	Prädikatisierung Heilbad: Chancen und Risiken	34
6.1.1	Chancen durch Prädikatisierung	34
6.1.2	Risiken durch Prädikatisierung.....	35
6.2	Entwicklungstendenzen im Kurbereich	35
6.2.1	Chancen	35
6.2.2	Problembereiche	36
6.3	Entwicklungstendenzen im Tourismus.....	37
6.3.1	Chancen	37
6.3.2	Problembereiche	37
6.4	Schlußfolgerungen	38

7	Leitbild.....	39
7.1	Entwicklungsleitlinien	39
7.2	Zielgruppen.....	40
7.2.1	Hauptzielgruppe: Kulturtouristen.....	41
7.2.2	Hauptzielgruppe: Kurgäste	41
7.2.3	Nebenzielgruppe: Tagestouristen	42
7.2.4	Nebenzielgruppe: Gesundheitsurlauber	42
8	Kurortentwicklungsprogramm	43
8.1	Stadtentwicklung	44
8.1.1	Entwicklungsziel.....	44
8.1.2	Entwicklungsstrategien.....	44
8.1.3	Grundlegende Maßnahmen	44
8.2	Kur und Gesundheit	47
8.2.1	Entwicklungsziel.....	47
8.2.2	Entwicklungsstrategien	47
8.2.3	Grundlegende Maßnahmen	48
8.2.4	Angebotsbeispiele:.....	49
8.3	Beherbergung	50
8.3.1	Entwicklungsziel.....	50
8.3.2	Entwicklungsstrategien.....	51
8.3.3	Grundlegende Maßnahmen	51
8.3.4	Angebotsbeispiele.....	52
8.4	Gastronomie	52
8.4.1	Entwicklungsziel.....	52
8.4.2	Entwicklungsstrategien	52
8.4.3	Grundlegende Maßnahmen	53
8.4.4	Angebotsbeispiele.....	54
8.5	Kultur.....	54

8.5.1	Entwicklungsziel.....	54
8.5.2	Entwicklungsstrategien.....	55
8.5.3	Grundlegende Maßnahmen.....	55
8.5.4	Angebotsbeispiele.....	57
8.6	Natur.....	58
8.6.1	Entwicklungsziel.....	58
8.6.2	Entwicklungsstrategien.....	58
8.6.3	Grundlegende Maßnahmen.....	58
8.6.4	Angebotsbeispiele.....	59
8.7	Sport- und Freizeitangebote.....	60
8.7.1	Entwicklungsziel.....	60
8.7.2	Entwicklungsstrategien.....	60
8.7.3	Grundlegende Maßnahmen.....	61
8.7.4	Angebotsbeispiele.....	61
8.8	Organisation und Gästeservice.....	62
8.8.1	Entwicklungsziel.....	62
8.8.2	Entwicklungsstrategien.....	62
8.8.3	Grundlegende Maßnahmen.....	62
8.8.4	Anmerkungen zur Entwicklung der Organisationsstruktur.....	63
9	Kommunikation.....	65
9.1	Außenmarketing.....	65
9.1.1	Entwicklungsziel.....	65
9.1.2	Entwicklungsstrategien.....	65
9.1.3	Grundlegende Maßnahmen.....	65

9.2	Innenmarketing	68
9.2.1	Entwicklungsziel.....	68
9.2.2	Entwicklungsstrategien.....	68
9.2.3	Grundlegende Maßnahmen	71
10	Schlußbetrachtung / Weitere Vorgehensweise	73

Maßnahmen (rosa Blätter)

Anlagen (gelbe Blätter)

1 Ausgangssituation und Aufgabenstellung

Bad Doberans Tradition als Heilbad wurde im Jahre 1823 mit der Errichtung des Stahlbades, dem heutigen „alten“ Moorbad eingeleitet. Seit dem Jahre 1921 ist die Stadt als staatliches Heilbad anerkannt und trägt den Zusatztitel „Bad“.

Im Rahmen der Überleitungsvorschrift des Kurortgesetzes des Landes Mecklenburg-Vorpommern ist die Stadt Bad Doberan berechtigt, das Prädikat „Staatlich anerkanntes Heilbad“ bis Ende des Jahres 1997 zu tragen. Zur endgültigen Anerkennung des Prädikates müssen bis dahin die im Kurortgesetz festgelegten gesetzlichen Bestimmungen erfüllt sein.

Die wichtigsten Faktoren für die Bestätigung des Prädikates „Heilbad“ sind neben dem Vorhandensein des Heilmittels „Moor“ und dem Bestehen von artgemäßen Kureinrichtungen die Ausprägung des kurörtlichen Charakters in Bad Doberan.

Wesentlich für die Prädikatisierung ist daher neben dem Aufbau von kurspezifischen Angebotsstrukturen eine qualitativ hochwertige und in sich stimmige Stadtentwicklung. Dies ist Voraussetzung für die Standortsicherung Bad Doberans als Kur- und Fremdenverkehrsort.

REPPEL + PARTNER^{oo} wurde von der Stadt Bad Doberan mit der Erarbeitung der Kurortentwicklungskonzeption beauftragt. Im Rahmen dieser Arbeit wurde untersucht, welche konkreten Defizite zur Erlangung des Prädikates vorhanden sind. Die Problembereiche wurden gemeinsam innerhalb einer Arbeitsgruppe, bestehend aus Entscheidungs- und Leistungsträgern der Stadt, diskutiert. Ziel war die Schaffung einer Entscheidungsgrundlage zur Beantwortung der Frage, ob die Stadt Bad Doberan auch in Zukunft das Prädikat „Heilbad“ erhalten will und die dafür notwendigen Investitionen tätigt. Zu diesem Zweck wurden die Chancen und Risiken der Kurortentwicklung Bad Doberans herausgearbeitet und miteinander abgewogen.

Daraufhin erfolgte die Ausarbeitung eines konkreten Maßnahmenkatalogs zur Erlangung des Prädikats „Heilbad“. Hierzu fanden unter anderem zwei Workshops mit touristischen und kurörtlichen Leistungsträgern statt. Die Diskussionsergebnisse sind in die Kurortentwicklungskonzeption eingeflossen.

Ein Ortsteil von Bad Doberan ist das Seeheilbad Heiligendamm. Da hierfür mit identischer Zielstellung ebenfalls eine Kurortentwicklungskonzeption erarbeitet wird, soll auf Heiligendamm im vorliegenden Bericht nicht näher eingegangen werden.

Für die konstruktive und objektive Zusammenarbeit möchten wir uns bei allen Diskussionspartnern, insbesondere den Beteiligten der Arbeitsgruppe und der Workshops sehr herzlich bedanken. Unser ganz besonderer Dank gilt infolge der intensiven Unterstützung unserer Arbeit Frau Schürmann, Leiterin des Amtes Bildung, Kultur und Tourismus, Frau Lippert, Leiterin der Kurverwaltung und Herrn Gühler, Leiter des Bauamtes.

2 Allgemeine Daten und Fakten

2.1 Untersuchungsgebiet

Bad Doberan liegt etwa sechs Kilometer von der Küste Mecklenburg - Vorpommerns entfernt. Die Stadt ist Kreisstadt des gleichnamigen Landkreises. Als Mittelzentrum mit ca. 12.000 Einwohnern nimmt die Stadt eine Fläche von 32,7 qkm ein.

Weitere Ortsteile Bad Doberans sind im Norden der Küstenort Heiligendamm, im Nordwesten Vorder Bollhagen und im Süden Althof. Die nächstgelegenen Oberzentren sind Rostock und Wismar in 16 km bzw. 40 km Entfernung von Bad Doberan.

2.2 Natürliche Gegebenheiten

- Naturraum

Der Landschaftscharakter um die Stadt Bad Doberan ist durch ein flachwelliges bis kuppiges Relief gekennzeichnet, welches durch eiszeitliche Einflüsse entstanden ist (Grundmoränenlandschaft). Das Stadtgebiet liegt etwa 13 m über dem Meeresspiegel und ist im Süden und Osten durch etwa auf 60 m ansteigendes, bewaldetes, hügeliges Gelände begrenzt. Nach Norden fällt das Niveau bis auf NN ab. Hier wechseln sich landwirtschaftliche Flächen, Feuchtgebiete und Kleingehölze ab.

- Klima

Bad Doberan besitzt ein reizstarkes Klima und wird dem mecklenburgischen Übergangsklima zugeordnet. Das Monatsmittel beträgt im Januar 0,1° C und im Juli 17,3 ° C. Die Jahresdurchschnittstemperatur liegt bei 8,3 ° C. Die mittlere jährliche Niederschlagsmenge beträgt 550 - 600 mm.

2.3 Geschichte

Die das heutige Erscheinungsbild der Stadt prägenden Entwicklungsetappen Bad Doberans reichen bis in das 12. Jahrhundert zurück. Mit der Gründung des Zisterzienserklosters Ende des 12. Jahrhunderts erfuhr Bad Doberan wichtige Entwicklungsimpulse. Die wirtschaftliche und kulturelle Bedeutung des Klosters wird eindrücklich durch das gotische Münster, das 1368 geweiht wurde, dokumentiert. Im Rahmen der Säkularisierung verlor das Kloster jedoch Mitte des 16. Jahrhunderts an Bedeutung.

Im Zusammenhang mit der Etablierung Heiligendamms als erstes deutsches Seebad an der Ostseeküste Ende des 18. Jahrhunderts entwickelte sich Bad Doberan zur Wohnresidenz der Badegäste. In den ersten Jahrzehnten des 19. Jahrhunderts

wurden die das Stadtbild prägenden Repräsentativbauten der Architekten von Seydewitz und Severin sowie das Eisenmoorbad (heute: „altes“ Moorbad) errichtet.

Mit dem Bau der Eisenbahn im Jahre 1883 überwand Bad Doberan die seit Mitte des 19. Jahrhunderts bestehende wirtschaftliche und kulturelle Stagnation. Bereits im Jahre 1886 wurden die Küstenstädte Heiligendamm und Kühlungsborn an das Bahnnetz Bad Doberans über den Bau der Kleinbahn Molli angebunden. In dieser Zeit entwickelte sich Bad Doberan zum bevorzugten Altersruhesitz von mecklenburgischen Beamten und Offizieren, von deren einstigen Existenz noch stattliche Villen zeugen.

2.4 Wirtschaftsstruktur

Der Kreis Bad Doberan besitzt als Umland der Seehafenstadt Rostock Standortvorteile. Durch die Gebietsreform sind große Teile des ehemaligen Landkreises Rostock mit dem Kreis Bad Doberan vereinigt worden und bilden heute den Kern des Rostocker Umlandes.

Im Jahre 1995 waren in Bad Doberan von 11.493 Einwohnern 7.618 Personen im erwerbsfähigen Alter. Einer Erwerbstätigkeit gingen 5.020 Personen nach. Die Arbeitslosenquote lag bei 18%.

Im primären Sektor waren 1995 weniger als ein Prozent der Arbeitnehmer tätig. Etwa 30 % der Arbeitsplätze entfallen auf den sekundären Sektor.

Der größte Anteil an Arbeitsplätzen besteht mit ca. 70 % im tertiären Sektor. Von den insgesamt 3.622 Arbeitsplätzen im Dienstleistungsbereich stellen die Verwaltungsbehörden mit 1.386 Stellen den größten Anteil. Auf das Gastgewerbe entfallen 267 und auf das Gesundheitswesen 171 Arbeitsplätze.

- primärer Sektor

Die landwirtschaftliche Struktur in der Stadt Bad Doberan wird durch zwei Haupterwerbsbetriebe - ein Hof im Raum Althof und das Gut Vorder Bollhagen - geprägt. Die beiden Höfe verfügen über 1020 ha Grünland und Ackerfläche. Der Getreideanbau spielt gegenüber der Viehzucht eine untergeordnete Rolle.

Im Rahmen des Verkaufes von Heiligendamm wurde auch das Gut Vorder Bollhagen an die Fundus GmbH veräußert. Mit der touristischen Entwicklung des Ortsteiles Heiligendamm wird in Zukunft eine Verlagerung von der rein landwirtschaftlich geprägten Rinderzucht zur freizeitorientierten Pferdehaltung erwartet.

Das Waldgebiet Bad Doberan umfaßt ca. 145 ha. Die wirtschaftliche Bedeutung des städtischen Forstes gründet in erster Linie auf seiner Funktion als Erholungsraum.

- sekundärer Sektor

Das Gesicht des sekundären Sektors prägen Unternehmen mit folgender Branchenzugehörigkeit:

- Lebensmittel verarbeitende Betriebe
- Elektrotechnik, Optik, Foto, Schmuck, Herstellung von Metallwaren
- Holz-, Papier- und Druckgewerbe
- Hoch- und Tiefbau
- diverse Handwerksbetriebe

Die Unternehmen befinden sich sowohl in Mischfunktion mit Wohnbereichen als auch in den neu ausgewiesenen Gewerbegebieten Walkenhagen und Eickboom. Umweltbelastende Industrieunternehmen existieren in Bad Doberan nicht.

- tertiärer Sektor

Entsprechend der Funktion als Mittelzentrum existieren in der Kreisstadt Einzelhandels- und Dienstleistungsunternehmen, die zur Deckung des Bedarfs der in Bad Doberan und umliegenden Gemeinden ansässigen Bevölkerung und Wirtschaft beitragen. Auf die Situation des Einzelhandels wird im Rahmen des Kapitels 3.3 näher eingegangen.

Neben der Stadtverwaltung Bad Doberan befinden sich in der Stadt die Kreisverwaltung und das Amtsgericht. Darüber hinaus ist Bad Doberan Sitz des Verteidigungsbezirkskommandos und der Kreispolizei.

Außer einer Grund-, drei Realschulen, einem Gymnasium und zwei Sonderschulen bestehen in Bad Doberan eine Berufs-, Volkshoch- und Musikschule. Zudem befindet sich in Heiligendamm die Außenstelle der Wismarer Fachhochschule für Technik, Wirtschaft und Gestaltung.

Mehrere Unternehmen aus dem Banken- und Versicherungswesen sowie selbständig tätige Akademiker unterschiedlichster Fachrichtungen runden das Dienstleistungsangebot der Stadt Bad Doberan ab.

3 Kurortsspezifische und touristische Infrastruktur

Kur oder Urlaub in Bad Doberan ist als die Inanspruchnahme des gesamten kurörtlichen und touristischen Angebotes zu sehen. Dieses ist sehr komplex und wird bestimmt durch das Zusammenwirken unterschiedlicher Bereiche wie

- Kur- und Gesundheitseinrichtungen
- Beherbergung und Gastronomie
- Sport und Freizeitinfrastruktur
- Kultur
- Ortscharakter
- Verkehrssituation etc.

Diese Bereiche werden im folgenden untersucht. Dabei wird auch auf die vom Gesetzgeber gestellten Anforderungen an das Prädikat „Heilbad“ eingegangen (vgl. Anlage 1).

3.1 Verkehr

3.1.1 Äußere Verkehrsanbindung

- Straße

Bad Doberan liegt 30 km von der nächsten Autobahnanbindung (A 19 - Abfahrt Rostock) entfernt. Direkt durch Bad Doberan führt die Bundesstraße B 105, die in annähernder Ost-West-Richtung die Ostseestädte Stralsund, Rostock, Wismar und Lübeck verbindet. Darüber hinaus ist Bad Doberan über folgende Landesstraßen zu erreichen:

 - L 6 Richtung Heiligendamm (Alte Lindenallee zwischen Bad Doberan und Heiligendamm)
 - L 13 (Richtung Hohenfelde)
 - L 14 (Richtung Warnemünde)
- Schienenverkehr

Bad Doberan ist an das Netz der Deutschen Bahn über die Streckenführung - Rostock Wismar - Schwerin - Lübeck angebunden.

Darüber hinaus verbindet die historische Dampfschmalspurbahn "Molli" seit 1886 Bad Doberan mit Heiligendamm und Kühlungsborn. Die mittlerweile zum technischen Denkmal erklärte Kleinbahn verkehrt auf der 15 Kilometer langen Strecke im Stundentakt. Betreiber ist die Mecklenburgische Bäderbahn Molli GmbH &

Co. Außerdem besteht seit Herbst 1995 ein Kombinationsbetrieb von "Molli-Bus" und historischer Eisenbahn.

- **Busverkehr**
Bad Doberan ist in das regionale Linienbusnetz eingebunden. Derzeit werden von Bad Doberan aus folgende Orte mit Linienbussen angefahren: Heiligendamm, Rerik, Börgerende, Warnemünde, Rostock, Nienhagen, Kröpelin, Neubukow und Kühlungsborn.
- **Flugverkehr**
Darüber hinaus befindet sich in etwa 20 km Entfernung der Sportflugplatz von Zweedorf, der derzeit von Privatfliegern und Lufttaxen genutzt wird. Bestehende Pläne, den Flugplatz als Verkehrslandeplatz auszubauen und ein Feriendorf für die Zielgruppe der Sportflieger zu errichten, werden im Moment in den politischen Gremien und innerhalb der Bevölkerung sehr kontrovers diskutiert.
- **Schiffsverkehr**
Bad Doberan bzw. der Stadtteil Heiligendamm verfügen über keine direkte Anbindung an das Schiffsverkehrsnetz. Die nächst gelegenen Häfen befinden sich in Warnemünde (wichtige Fährverbindung) und Rostock.

Der Überseehafen in Rostock wird sowohl von Kreuzfahrtschiffen als auch von Fracht- und Verkehrsschiffen frequentiert. Der Hafen von Warnemünde wird derzeit nur von Kreuzfahrtschiffen angelaufen.

3.1.2 Innerstädtische Verkehrserschließung

- **Öffentlicher Personennahverkehr**
Seit Sommer diesen Jahres besteht ein innerstädtischer Busverkehr, die sogenannte City-Linie, die den Innenstadtbereich, das neue Moorbad, das neue Kreiskrankenhaus, das Einkaufszentrum und die Wohngebiete miteinander verbindet.
- **Private Personenbeförderung**
Die private Personenbeförderung ist über fünf Taxibetriebe gesichert.

3.1.3 Innerörtliche Verkehrssituation

Im Januar 1992 wurde durch das Mecklenburgische Ingenieurbüro für Verkehrsbau GmbH (MITV) in Schwerin im Auftrage der Stadt Bad Doberan ein Verkehrskonzept erstellt. Dies bezieht sich insbesondere auf die Folgen des Straßenausbaus in der Region und geht von einem steigenden Verkehrsaufkommen u. a. durch die neue Autobahn aus. Aspekte einer zukünftigen Kurventwicklung werden im vorliegenden Teil B des Gutachtens bislang nicht erwähnt.

Zwischenzeitlich wurde das MITV beauftragt, das Verkehrskonzept zu überarbeiten. Es gibt eine Arbeitsgruppe "Verkehrskonzept"¹. Diese trägt ihre Wünsche an das Verkehrskonzept vor. Diese werden anschließend auf ihre Realisierbarkeit überprüft.

Kennzeichnend für die derzeitige Verkehrssituation in der Stadt Bad Doberan sind:

- die hohe Verkehrsbelastung auf der Durchgangsstraße B 105
- das starke Verkehrsaufkommen an den Knotenpunkten „Am Buchenberg-Klosterstraße“ und „Alexandrienenplatz“
- die Durchschneidung des historischen Stadtzentrums durch die stark befahrene Landesstraße L 13 (August-Bebel-Straße)
- die Doppelbelastung der Molli-Straße durch den Kfz- und Schienenverkehr
- der schlechte Straßenzustand
- die fehlenden Fuß- und Radwege im Innenstadtbereich
- die Behinderungen durch Baustellen, v.a. auch auf der B 105
- das Fehlen zentraler Parkplätze für Bevölkerung und Gäste
- die unzureichende Anbindung des mit dem Bau der neuen Moorbadklinik und des Kreiskrankenhauses neu entstandenen Kurgebietes im Süden der Stadt über Fuß- und Radwege

Um die Verkehrssituation in Bad Doberan zu verbessern, sind folgende Maßnahmen geplant:

- Bis zum Jahre 2010 soll der Bau einer Umgehungsstraße als Ersatz für die jetzige innerörtliche Bundesstraße B 105 realisiert werden. Aufgrund der heute schon prekären Verkehrssituation gibt es Pläne, die bestehende Bundesstraße auszubauen. Die B 105 soll mit einer

¹

Mitglieder sind der Tourismusförderverein, der Handwerker- und Gewerbeverein, der Bund der Ruhestandsbeamten etc., die Polizeiinspektion, das Straßenverkehrsamt, die Stadtverwaltung und städtische Abgeordnete

glatten Decke versehen und die Hauptverkehrsknotenpunkte sollen über neue Verkehrsregelungen entlastet werden. Darüber hinaus soll entlang der B 105 ein parallel verlaufender Fuß- und Radweg ausgebaut werden. An Engpässen soll der Weg für Radfahrer und Fußgänger gelten. Weitere Radwege sind in Planung.

- Durch den Bau einer Randstraße soll das Zentrum (v.a. Entlastung der L 13) vom Verkehr entlastet werden. Die Randstraße soll vom Gewerbegebiet Wolkenhagen (im Norden) über die Nienhäger Chaussee verlaufen. Die Planung dafür ist abgeschlossen und die Finanzierung über Fördermittel gesichert. Problematisch sind jedoch die Eigentumsverhältnisse der betroffenen Grundstücke. Nach Einschätzung des städtischen Bauamtes wird nicht vor 1998 mit dem Bau begonnen werden.
- Um die Verkehrssituation zu entspannen, sollen an folgenden Knotenpunkten geregelte Ampelkreuzungen und Abbiegespuren eingerichtet werden:
 - Fußgängerampel an der Dr. Leber-Straße/Kröpeliner Straße
 - Friedrich-Franz-Straße/Rostocker Straße
 - Parkentiner Weg/Rostocker Straße
 - Ampelanlage und Abbiegespuren am Alexandrinenplatz für Kfz-Verkehr und Molli
- Außerdem besteht die Planung, die Rostocker und Kröpeliner Straße auf der Höhe des Alexandrinenplatzes zu begradigen. Die Konzeption wird derzeit überarbeitet, da vom Straßenbauamt in Stralsund Einwände bestanden.
- Die Molli-Straße soll in Zukunft dem Schienenverkehr und den Fußgängern vorbehalten bleiben.
- Das mit der Eröffnung der neuen Ebel-Klinik im Süden der Stadt entstandene Kurgebiet soll über die Anlage eines Fuß- und Radwegenetzes an das Stadtzentrum angebunden werden. Die Planungen diesbezüglich sind abgeschlossen, bislang aber aufgrund der angespannten kommunalen Haushaltslage noch nicht realisiert worden.
- Laut Aussage des Bauamtes besteht ein Grobkonzept für die Entwicklung eines innerörtlichen Radwegenetzes. Neben der Verbesserung der Verkehrssituation für die Fahrradfahrer im Stadtgebiet verfolgt das Konzept das Ziel, Bad Doberan an das bestehende regionale Radwegenetz anzubinden. Die Umsetzung des Konzeptes soll schrittweise im Zusammenhang mit der Realisierung von Straßenbaumaßnahmen erfolgen.

Allerdings sieht die Stadt, auch aus Platzgründen, von separat ausgewiesenen Radwegen im Innenstadtbereich weitestgehend ab.

Aufgrund des Baus der Randstraße wird eine verkehrliche Beruhigung im Innenstadtbereich erwartet, die eine Anlage von Radwegen nicht mehr erforderlich macht.

- Im Stadtgebiet sind 430 öffentliche Parkplätze vorhanden. Die größte Stellfläche mit ca. 250 Plätzen ist der Parkplatz „Am Drümpel“. Hinzu kommen ca. 670 Parkplätze in den Neubaugebieten Kammerhof und Buchenberg. Im Falle der genannten Stellflächen in den neuen Wohnbezirken handelt es sich überwiegend um straßenbegleitende Parkplätze.

Der Entwurf des überarbeiteten Verkehrskonzeptes sieht folgende Auffang- und Parkplätze vor:

- Ortseingang B 105, aus Richtung Rostock
- Ortseingang Dammchasse, aus Richtung Heiligendamm
- Erweiterung des Parkplatzes „Drümpel“
- Parkplatz Severinstraße (bisheriger Sportplatz, der zu 50 % in einen Parkplatz umgewandelt wird)

Fazit:

- ⇒ Bad Doberan ist gut an das öffentliche Verkehrsnetz angebunden. Allerdings fehlen Angebote, die zur Attraktivitätssteigerung der öffentlichen Verkehrsmittel beitragen.
- ⇒ Die innerörtliche Verkehrssituation ist vor allem auch im Hinblick auf das laufende Prädikatisierungsverfahren als problematisch einzustufen. Der Charakter Bad Doberans als Kurort und Fremdenverkehrsstadt wird durch folgende Gegebenheiten erheblich beeinträchtigt:
 - hohes Verkehrsaufkommen durch den Durchgangsverkehr auf der B 105 und L 13
 - starke Belastung der Innenstadt durch Verkehrslärm
 - durch Verkehrsaufkommen bedingte Luftverschmutzung
 - sanierungsbedürftiges Straßen- und Wegenetz
 - fehlende behindertengerechte Verkehrswege
 - kein markiertes Radwegenetz
 - defizitäre innerörtliche Verkehrsführung (z.B. fehlende Fußgängerampeln)
 - die große Entfernung des neuen Kurgebietes, das bislang noch nicht über ein adäquates Verkehrsnetz an das Stadtzentrum angebunden ist

3.2 Ortsbild

Das Ortsbild im Zentrum Bad Doberans ist geprägt von zwei Stilen, dem klassizistischen "Weißen Bad Doberan" und der Backsteingotik des "Roten Bad Doberans".

Das vom Klassizismus des 18. und 19. Jahrhunderts geprägte Stadtbild des "Weißen Bad Doberans" südlich der Severinstraße wurde stark von dem Architekten C. Th. Severin beeinflusst. Das "Rote Bad Doberan" konzentriert sich im Nordosten des Stadtzentrums auf die Umgebung des Bad Doberaner Münsters.

Einige Gebäude wurden in den letzten Jahren restauriert. Dieser Prozeß ist noch nicht abgeschlossen, so daß noch einzelne Fassaden das Gesamtbild negativ beeinträchtigen. Im Ortszentrum stören außerdem unschöne Schulgebäude das Ortsbild. Darüber hinaus sind in den Nachkriegsjahren um das Ortszentrum Neubaugebiete in Großblockbauweise entstanden.

Am Ortsrand (z. B. Bahnhofsbereich) stören neue Industriehallen das Ortsbild. Der schlechte Zustand der Straßen und Gehwege (siehe Kapitel 3.1) beeinträchtigt das Gesamtbild ebenfalls.

Positiv zu vermerken ist die Existenz zahlreicher Grünlagen , so z. B.

- der Kamp
- der „Englische Garten“ um das Münster
- die Kollbruchwiesen
- die Moorbadwiesen
- der Kellerwald etc.

Bislang fehlt aber eine klare fußläufige Vernetzung dieser Grünbereiche. Positive Ansätze gibt es ferner durch Initiativen von Privatpersonen und Geschäftsleuten, die zu einer Verschönerung des Stadtbildes durch Pflanzen und Blumen beitragen.

Fazit:

- ⇒ Bad Doberan verfügt aufgrund der historischen Bausubstanz und der innerstädtischen Grünzonen über ein hohes kurörtliches Potential. Allerdings erweist sich der Verkehr in Hinblick auf die Schaffung einer kurspezifischen Atmosphäre als der begrenzende Faktor.
- ⇒ Teilweise wirken die Ortseingänge aufgrund der Existenz von Neubauten und Industriegebäuden nicht besonders einladend.

3.3 Einkaufsmöglichkeiten

Die Einkaufsmöglichkeiten erscheinen in quantitativer Hinsicht ausreichend. Allerdings bestehen in Bad Doberan bislang nur wenige Geschäfte zur Deckung des gehobenen Bedarfs. Es fehlen Fachgeschäfte, wie z.B. Reformhäuser, Parfümerien, Juweliere und Boutiquen. Auch die Schaufenstergestaltung ist meist wenig ansprechend. Allerdings besitzen v.a. die Mollistraße und der Marktplatz Potential zum Ausbau für eine Flanierzone.

Abgesehen vom Einkaufszentrum Walkenhagen, dem Einkaufszentrum Severinstr. (City-Center) und einigen Supermärkten in den Neubaugebieten, konzentrieren sich die Geschäfte in der Innenstadt um den Marktplatz, die Molli- und Severinstraße. Mit zunehmender Entfernung vom Zentrum nehmen die kleineren Einzelhandelsgeschäfte stark ab.

Seit März 1996 ist Bad Doberan an die neue Bäderregelung angeschlossen. Im Innenstadtbereich Bad Doberans gelten vom 15. März bis 30. November folgende Ladenöffnungszeiten: An Sonn- und Feiertagen dürfen Geschäfte von 11.00 bis 18.30 Uhr geöffnet sein und an Werktagen bis 21.00 Uhr. Anfänglich wurden diese Öffnungszeiten auch angewandt. Aufgrund der geringen Nachfrage ist man jedoch wieder zu den herkömmlichen Öffnungszeiten übergegangen.

Fazit:

- ⇒ Bislang fehlt eine Orientierung der kleineren Einzelhandelsgeschäfte an den Einkaufsbedürfnissen der Kurgäste und Touristen.
- ⇒ Die Verkehrssituation und das fehlende Parkraumleitsystem im Innenstadtbereich schmälern das Einkaufserlebnis für Gäste.

3.4 Kurwesen

3.4.1 Heilmittel

Als ortsgebundenes Heilmittel kommt Naturmoor zum Einsatz, das in der Nachbargemeinde Rethwisch gewonnen wird. Das Moor befindet sich in kirchlichem Besitz. Über das Heilmittel verfügt vertraglich gesichert die Dr. Ebel „Rehabilitationsklinik Moorbad Bad Doberan“. Die Fachklinik ist bereit, der Stadt Bad Doberan das Heilmittel und die erforderlichen Behandlungseinrichtungen für die Durchführung ambulanter Kuren zur Verfügung zu stellen. Diesbezüglich sind Vertragsverhandlungen im Gange.

Allerdings erwägt nach jüngsten Aussagen die Bundesversicherungsanstalt für Angestellte, mit der die Klinik einen Belegungsvertrag (100 Betten) hat, die Durchführung ambulanter Kuren zu untersagen.

3.4.2 Indikationen

Die Säulen des Bad Doberaner Kurwesens bilden Erwachsenenkuren mit folgendem Indikationsspektrum:

- Erkrankungen des Bewegungsapparates
- Erkrankungen der oberen Luftwege
- Erkrankungen des Herz-Kreislauf-Systems
- Chronisch urologische Leiden
- Chronisch gynäkologische Erkrankungen

3.4.3 Kureinrichtungen

Das Kurwesen Bad Doberans basiert im wesentlichen auf der Kureinrichtung der Dr. Ebel Fachkliniken GmbH & Co. Sie sind Betreiber des „neuen“ Moorbades. Mit Eröffnung der Rehaklinik im Oktober 1996 wurde die Kapazität von 75 auf 230 Betten gesteigert. Die Klinik verfügt über modernste Zimmer- und Therapieeinrichtungen und ist auch für die Durchführung ambulanter Kuren geeignet.

Das neue Moorbad befindet sich etwa 1,5 km südlich der Stadt an der Schwaaner Chaussee. Noch fehlt die Anbindung der Einrichtung an das Zentrum Bad Doberans über ein entsprechendes Fuß- und Radwegenetz.

Das Alte Moorbad wurde mit der Eröffnung der neuen Reha-Klinik im Herbst geschlossen. Allerdings beziehen sich alle statistischen Erhebungen bezüglich des Kurwesens noch auf die Bettenkapazität (75 Betten) und -auslastung der alten Klinik.

Noch besteht in Bad Doberan kein Kurpark, der als Ruhe- und Erholungsraum Gästen zur Verfügung stehen würde. Bislang wurden verschiedene Standorte als zukünftige Kurparkareale in Betracht gezogen. Unter anderem wurde an das Gelände um das alte Moorbad mit seiner Ausdehnung bis zum neuen Moorbad, das Klostergelände und die Kollbruchwiesen gedacht (vgl. Maßnahme 2). Als Diskussionsgrundlage existiert eine Kurparkkonzeption für das Gelände um das alte Moorbad, die durch die Ebel-Klinik erarbeitet wurde und der Stadtverwaltung vorliegt.

Seit 1994 besteht für Bad Doberan eine Kurtaxsatzung. Die Kurabgabe variiert in Abhängigkeit von der Saison und des Alters der Gäste zwischen DM 0,50 und DM 2.-.

3.4.4 Stationäre und ambulante Kuren

Die stationäre Kur ist das wichtigste Standbein innerhalb des Bad Doberaner Kurwesens. Die Bedeutung der ambulanten Kur ist bislang gering. Außerhalb der Klinik bestehen in Bad Doberan bislang keine Möglichkeiten zur Unterbringung von Kurgästen und der Durchführung ambulanter Kuren.

Nachstehende Tabelle gibt Auskunft über die Entwicklung der Kur in den Jahren 1994 und 1995. Eine Differenzierung in ambulante und stationäre Kuren konnte aufgrund fehlender Angaben nicht vorgenommen werden.

Tabelle 1: Moorbad/Kuren 1994 und 1995

Kuren	Ankünfte		Übernachtungen	
	1994	1995	1994	1995
Kurgäste	456	663	12.749	18.472

Quelle: Reppel+Partner 1996 nach Angaben der Kurverwaltung Bad Doberan.

Die Tabelle verdeutlicht, daß der Anteil an Kurgästen trotz problematischer Rahmenbedingungen (Therapie und Unterbringung der Gäste noch im Alten Moorbad, Verkehrssituation etc.) weiter gesteigert werden konnte.

Die positive Entwicklungstendenz hat sich auch in diesem Jahre weiter fortgesetzt. Für 1996 wurden bislang folgende Ankünfte und Übernachtungen von Kurgästen registriert:

Tabelle 2: Moorbad/Kuren 1996 (Stand September 1996)

Kuren	Ankünfte	Übernachtungen
ambulante Kurgäste	202	5050
stationäre Kurgäste	775	21235

Quelle: Reppel+Partner 1996 nach Angaben der Klinikverwaltung Moorbad Bad Doberan.

3.4.5 Gesundheitswesen

Bad Doberan verfügt über eine gute medizinisch-therapeutische Infrastruktur. Im Ort gibt es zwei Badeärzte und ca. 25 Allgemeinmediziner und Fachärzte.

Das Kreiskrankenhaus, das im Dezember 1996 eröffnet wurde, Apotheken, Einrichtungen der ersten Hilfe und Krankengymnastikpraxen runden das Angebot ab.

Fazit:

- ⇒ Das Vorhandensein des Heilmittels Moor ist wesentliche Voraussetzung für die Anerkennung des Prädikates. Da die Stadt selbst nicht über das Heilmittel verfügen kann, ist ein Vertrag, der eine gemeinsame Nutzung des Moores durch die Klinik und die Stadt regelt, unabdingbar.
- ⇒ Der Anteil an ambulanten Kurgästen sollte in Hinblick auf eine langfristige stabile Entwicklung des Kurwesens in Bad Doberan gesteigert werden.
- ⇒ Die Stadt Bad Doberan verfügt für die Durchführung von ambulanten Kuren bislang nicht über Einrichtungen zur Anwendung des natürlichen Heilmittels. Insofern ist die enge Kooperation mit der Ebel-Klinik, die Behandlungseinrichtungen zur Versorgung ambulanter Kurgäste zur Verfügung stellen könnte, Voraussetzung für die Anerkennung des Prädikates.
- ⇒ Das Fehlen eines Kurparkes, der den Gästen sowohl die Möglichkeit der passiven Erholung als auch der aktiven Betätigung einräumt, ist im laufenden Prädikatisierungsverfahren als ein großes Defizit anzusehen.
- ⇒ Die fehlende Infrastruktur zwischen Stadt- und neuer Kurklinik ist als problematisch einzustufen. Eine räumlich getrennte Entwicklung würde wichtige wirtschaftliche Synergieeffekte aufgrund nicht ausgeschöpfter Potentiale für Klinik und Stadt vereiteln (Attraktivitätssteigerung des Kuraufenthaltes über das spezifische Angebot der Stadt/Kurgäste als touristisches Nachfragepotential).

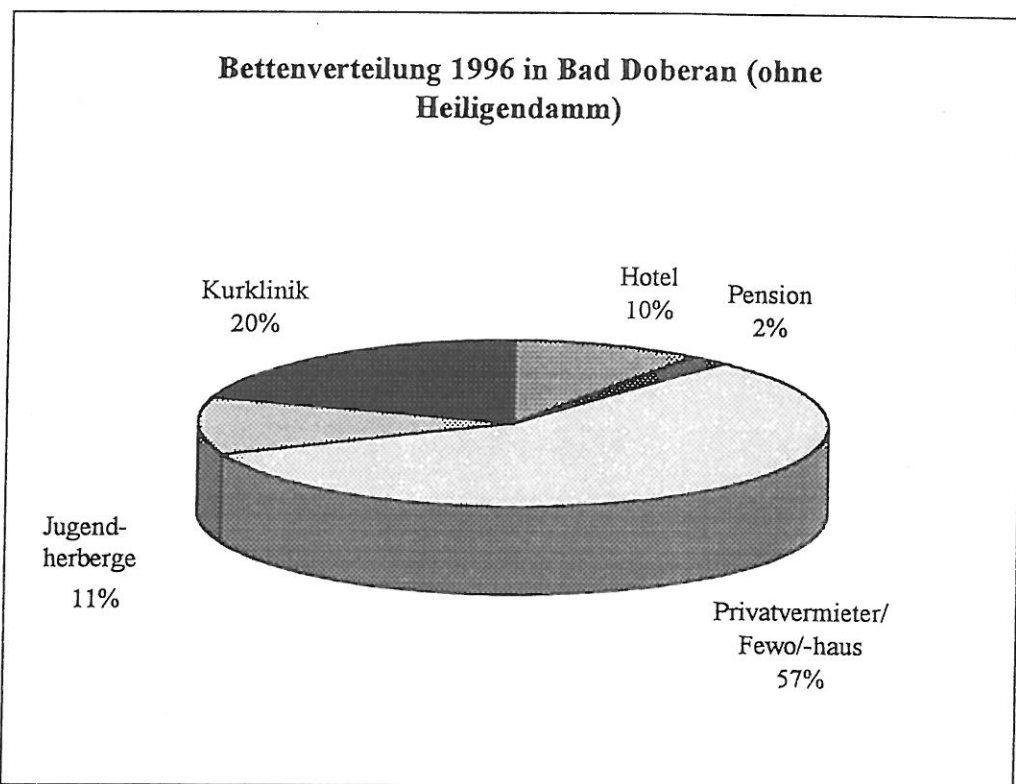
3.5 Beherbergung

Das Beherbergungswesen in Bad Doberan ist bislang noch wenig ausgebaut. Investitionen der letzten Jahre haben in erster Linie zur Hebung der Zimmerstandards beigetragen und weniger zum Aufbau von neuen Betrieben. So handelt es sich bei der Mehrzahl der Betriebe um Privatzimmer und Ferienwohnungen. Bislang gibt es lediglich ein Hotel und zwei Pensionen in Bad Doberan.

Tabelle 3: Beherbergungskapazitäten Bad Doberan 1996 (ohne Heiligendamm)

Beherbergungsart	Betriebe	Bettenkapazität
Hotel	1	110
Pension	2	23
Privatvermieter/ Ferien- wohnung/-haus	k. A.	645
Jugendherberge	1	124
Kurklinik	1	230
Insgesamt	-----	1132

Quelle: Reppel+Partner 1996 nach Angaben der Kurverwaltung.



Quelle: Reppel+Partner 1996 nach Angaben der Kurverwaltung

Bis auf das Romantikhôtel (Luxusklasse) und eine Pension (3 Sterne Kategorie) sind alle Betriebe der unteren Beherbergungskategorie zuzuordnen. Alle angebotenen Zimmer sind - abgesehen von einigen Unterkünften in dem Wohnheim für Schüler

und Auszubildende - mit Dusche bzw. Bad und WC ausgestattet. Unterkünfte mit Kurmöglichkeiten oder Gesundheitsangeboten bestehen in der Stadt keine.

Die Übernachtungspreise des Romantik-Kurhotels bewegen sich für Doppelzimmer mit Frühstück zwischen 188,- und 195,- DM. Bei der Pension liegen die Preise zwischen 90,- und 120,- DM. Die Preise für Gästezimmer liegen zwischen 40,- und 130,- DM pro Bett. Für Ferienwohnungen und -häuser bewegen sich die Preise pro Wohnung oder Haus zwischen 40,- und 100,- DM.

Die Beherbergungsbetriebe sind alle im Beherbergungsverzeichnis enthalten. Die Mehrzahl der Gästezimmer und Ferienwohnungen ist über die städtische bzw. private Zimmervermittlung buchbar.

Fazit:

- ⇒ Die Bettenkapazität im Fremdenverkehrssektor ist zu gering, als daß sie touristisch bedeutsam sein könnte. Auch einschließlich der Ebel-Klinik ist die wirtschaftliche Bedeutung des Kurbereichs zu gering.
- ⇒ Das für einen Kurort notwendige leistungsstarke Beherbergungswesen ist in Bad Doberan noch nicht entwickelt. Kennzeichnend für die Situation sind:
 - geringe Bettenkapazitäten, v.a. im Bereich der Hotellerie und der mittleren Beherbergungskategorien
 - keine zielgruppenspezifische Ausrichtung des Beherbergungsangebotes (Kurgäste, Behinderte etc.).
 - Fehlen von Beherbergungseinrichtungen mit Kurmöglichkeiten

3.6 Gastronomie

In Bad Doberan bestehen 34 Gastronomiebetriebe. Nachfolgende Tabelle gibt Aufschluß über bestehende Verpflegungs- und Unterhaltungsmöglichkeiten in der Stadt:

Tabelle 4: Gastronomieeinrichtungen Bad Doberan

Art der Einrichtung	Anzahl der Betriebe	Sitzplätze
Restaurant/Gaststätte	15	ca. 800
Café	2	ca. 185
Bierlokal	2	k. A.
Imbiß	15	k. A.

Quelle: Reppel+Partner 1996 nach Angaben der Kurverwaltung Bad Doberan.

Das gastronomische Angebot in Bad Doberan ist durchschnittlich, d.h. ohne individuelle Prägung. Zudem fehlt es an Freiluftgastronomie. Von Teilnehmern der Workshops wurde die fehlende Servicebereitschaft von Teilen des Personals kritisiert.

Ein auf Kurgäste/Gesundheitstouristen zugeschnittenes Angebot existiert nicht. Bis auf das Restaurant „Münsterstuben“ werden Diät- und Vollwertkost von den Gastronomiebetrieben der Stadt nicht explizit angeboten. Diätküche und Diätassistenten bleiben auf die Ebel-Klinik beschränkt.

Fazit:

- ⇒ Das Gastronomiewesen weist unter spezieller Berücksichtigung des Prädikatisierungsverfahrens folgende Defizite auf:
- Fehlen einer gesundheitsorientierten und abwechslungsreichen Küche
 - Fehlen einer ansprechenden räumlichen Ausstattung
 - Fehlen von Nichtraucherzonen

3.7 Kultur und Brauchtum

Bad Doberan bietet eine Vielzahl von kulturellen Sehenswürdigkeiten und Angeboten.

Weit über die Grenzen Bad Doberans bekannt ist das mittelalterliche Münster mit achteckigem Beinhaus aus dem Jahre 1250 und dem dazugehörigen Klosterbezirk, gegründet 1186 als Zisterzienserkloster. Die Klostermauern besitzen Tore aus dem Jahre 1300.

Obwohl derzeit Hauptattraktion von Bad Doberan, gibt es nur spärliche Angebote im und rund ums Münster. Zu bemängeln ist ebenfalls die unfreundliche Gestaltung des Eingangsbereichs sowie die unzureichende Vernetzung des Münsters mit anderen Sehenswürdigkeiten der Stadt.

Folgende Einrichtungen bieten Ausstellungsräume:

- Stadt- und Bädernmuseum im Möckelhaus
- Ehm-Welk-Haus
- Galerie Pur Pur
- Roter Pavillon

Im Bürgerkommunikationszentrum Kornhaus finden eine Vielzahl von Veranstaltungen statt, die vor allem von Kindern und Jugendlichen genutzt werden. Unter anderem werden folgende Kurse angeboten:

- Brot backen
- Töpfern
- Seidenmalerei
- Klöppeln
- Weben

Verschiedene Interessensgruppen beschäftigen sich mit folgenden Themen:

- Fahrradwerkstatt
- Flugzeugmodellbau
- Holzwerkstatt
- Kindernähzirkel
- Kinder- und Jugendkeramik
- Koch- und Backzirkel
- Kinderspielkreis

Die örtlichen Veranstaltungen werden monatlich in einem Veranstaltungskalender publiziert. Zu dem Kulturangebot zählen Konzerte, Theater, Ausstellungen und sonstige Veranstaltungen für Kinder, Jugendliche und Erwachsene. Bevorzugte Veranstaltungsorte sind:

- "Kornhaus"
- Münster
- Bühne auf dem Kamp
- Festsaal der Kreisverwaltung
- Klosterscheune in Althof

Über das Jahr verteilt gibt es diverse Feste, so z.B. das Klosterspektakel Ende Juni und das Volksfest "Kamp-Fest" im August. Darüber hinaus veranstalten örtliche Vereine diverse Feste. Diese besitzen keine überregionale Bedeutung, sondern werden in Bad Doberan und Umgebung vermarktet. Das einzige Fest von überregionaler Bedeutung sind die Bad Doberaner Renntage.

Die Sommerkonzerte im Bad Doberaner Münster werden teilweise im Zusammenhang mit dem Musiksommer Mecklenburg-Vorpommern vermarktet. Bad Doberan hat sich als eine der ersten Städte an diesem Festival beteiligt. Heute ist der Umfang der Beteiligung jedoch relativ gering.

Die Zusammenarbeit zwischen den unterschiedlichen kulturellen Veranstaltungen ist bislang noch nicht institutionalisiert, es findet lediglich zwei bis dreimal jährlich ein Kulturtreff statt.

Fazit

- ⇒ Bad Doberan bietet den Besuchern ein vielseitiges kulturelles Angebot. Allerdings fehlt eine zielgruppenspezifische Ausrichtung der Kulturangebote.
- ⇒ Die kulturellen Initiativen und Aktivitäten, die sich in Bad Doberan in den letzten Jahren entwickelt haben, werden bislang zu wenig aufeinander abgestimmt und vermarktet.

3.8 Sport und Freizeit

Die in Bad Doberan (inklusive den Stadtteilen Vorder Bollhagen und Althof) angebotenen Sportmöglichkeiten beschränken sich auf Reiten und Fahrradfahren (Fahrradverleih). Sporthalle und Sportplatz werden bislang nicht touristisch genutzt. Im Nachbarort Bargeshagen gibt es jedoch einen Tennis- und Freizeitpark mit Einrichtungen wie z.B. Tennisplätze (auch Hallenplätze), Mehrzweckplatz für Basketball, Handball etc., Badminton, Squash, Sauna, Solarium, Fitneßstudio, Kosmetik.

Es gibt in Bad Doberan ein Kino mit anspruchsvollem und abwechslungsreichem Programm. Die nächsten Kinos befinden sich in Rostock und Wismar und während der Sommermonate in Kühlungsborn. Weitere Freizeitangebote sind zwei Spielotheken und eine Disco.

Da Bad Doberan Kreisstadt ist, besitzt Bad Doberan eine Kreisbibliothek.

Zwischen Bad Doberan und Heiligendamm gelegen befindet sich die historische Bad Doberaner Rennbahn aus dem Jahre 1822. Es handelt sich um die älteste Pferderennbahn auf dem europäischen Kontinent. Neben kleineren Veranstaltungen wie beispielsweise Hunderennen, sind die Bad Doberaner Renntage eine herausragende Veranstaltung. Sie finden an drei Tagen im Monat Juli statt. Organisiert wird die Veranstaltung vom Bad Doberaner Rennverein. 1996 besuchten 16.000 Zuschauer die Rennbahn. 1997 werden die Renntage auf eine Woche ausgedehnt, da in diesem Jahr das 175jährige Jubiläum des Deutschen Galopp-Rennsports gefeiert wird.

Fazit:

- ⇒ Bad Doberan verfügt über eine Reihe von Sportangeboten, die im Rahmen einer zielgruppenorientierten Angebotsgestaltung auch für Gäste attraktiv gestaltet werden könnten.
- ⇒ Die Galopprennbahn stellt im Rahmen des sportlichen Angebotes eine besondere Attraktion dar.

3.9 Organisation

3.9.1 Organisationsstruktur

Als Teil der Stadtverwaltung Bad Doberans ist das Amt für Bildung, Kultur und Tourismus verantwortlich für den Fremdenverkehr und das Kurwesen. Diesem Amt ist auch die Kurverwaltung unterstellt. Das Amt vertritt ebenfalls die touristischen und kurörtlichen Belange Heiligendamms.

Darüber hinaus gibt es den Tourismusförderverein Bad Doberan e.V.. Dieser ist im März 1996 aus dem Fremdenverkehrsverein hervorgegangen. Derzeit gibt es 53 Mitglieder, die alle ehrenamtlich arbeiten. Der Vorstand des Vereins trifft sich monatlich. Einmal jährlich findet eine Mitgliederversammlung statt. Ziel des Vereins ist es, den Tourismus zu fördern, dabei die Bürger der Stadt einzubeziehen und vor allem mit den Stadtvätern und Gewerbetreibenden eng zusammenzuarbeiten.

Bislang ist es dem Tourismusförderverein nicht gelungen, die Kooperation zwischen den Leistungsanbietern zu erhöhen und ein Kur- und Tourismusbewußtsein in der Bevölkerung und der Verwaltung (in weiten Teilen bislang noch nicht vorhanden) aufzubauen.

3.9.2 Gästeservice

Die Kurverwaltung unterhält ein Informationszentrum (Stadtinformation Bad Doberan) in das auch eine Zimmervermittlung integriert ist. Ferner werden Stadtführungen, Prospekte und Kartenverkauf sowie ein Reservierungsservice für Veranstaltungen angeboten.

Darüber hinaus existiert in Bad Doberan noch eine private Zimmervermittlung. Sowohl das städtische, als auch das private Serviceunternehmen arbeiten derzeit an der Entwicklung von Angebotspauschalen.

Die Stadtinformation ist wochentags von 9.00 bis 18.00 Uhr geöffnet, sonnabends von 10.00 - 14.00 Uhr.

Jeden Samstag um 10.00 Uhr werden, ausgehend vom Parkplatz am Münster, Stadtführungen angeboten. Darüber hinaus werden Führungen auf Anmeldung durchgeführt. Insgesamt stehen 25 Stadtführer aus Bad Doberan und der Umgebung zur Verfügung.

Bad Doberan besitzt seit Mai 1996 eine "Service-Karte". Dabei handelt es sich um ein Heftchen mit 20 Coupons, die in zahlreichen Geschäften, aber auch in kulturellen Einrichtungen und Gaststätten eingelöst werden können. Voraussetzung ist, daß der Urlauber Kurtaxe gezahlt hat. Beteiligt sind beispielsweise:

- Stadt- und Bädermuseum
- Kornhaus
- Galerie PUR
- Ehm-Welk-Haus
- Sonnenstudio
- Glashagen Hütte
- Kino „Kamp-Theater“
- Schreibwarengeschäft

Gerade in Anbetracht des ersten Jahres war die Nachfrage durch die Gäste zufriedenstellend.

Es erfolgt bislang noch keine professionelle Vermarktung der vorhandenen Angebote bzw. Angebotsmöglichkeiten in Form von Pauschalen, geführten Wanderungen, thematischer bzw. zielgruppenorientierter Bündelung von Angeboten (z.B. Radfahren, Reiten). Besonders in der Nebensaison ist das Angebot sehr gering.

Busreiseveranstalter fahren Bad Doberan häufig wegen des Münsters an und verweilen ausschließlich für einen kurzen Aufenthalt. Bislang erfolgte keine Gestaltung von miteinander zu kombinierenden Angebotsbausteinen, um den Aufenthalt zu verlängern (z.B. Besuch einer gastronomischen Einrichtung).

Fazit:

- ⇒ Als Angliederung an ein städtisches Amt ist der Tourismus und das Kurwesen organisatorisch unterrepräsentiert. Lange Entscheidungswege über die städtischen Ausschüsse erschweren zudem ein flexibles, marktgerechtes Agieren. Zudem wird die vor Ort vorhandene Fachkompetenz gerade in Hinblick auf die Planung, Organisation und Koordination zielgruppenspezifischer Angebote noch nicht effektiv eingesetzt.
- ⇒ Zu geringe thematische Bündelung der Angebote

3.10 Kommunikation

In Zusammenarbeit mit dem Tourismusförderverein, den Nachbarorten und dem regionalen Fremdenverkehrsverband „Mecklenburgische Ostseebäder“ obliegt der Kurverwaltung Bad Doberan die Vermarktung des touristischen Angebotes.

Folgende Werbemittel für Bad Doberan und Heiligendamm liegen vor:

- Imageprospekt (1995) "Bad Doberan - Heiligendamm"
 - Auflage: 30.000
 - Kosten: DM 45.000,-
- Faltprospekte "Molli", "Flora und Fauna", "Rundgang durch Bad Doberan"
 - Auflage: je 10.000
 - Kosten: 1995 DM 50.000,-
- Gastgeberverzeichnis 1996 (Hrsg.: Tourismusförderverein)

Darüber hinaus wird Bad Doberan auch in überregionalen Prospektmaterialien, wie z.B. denen des Fremdenverkehrsverbandes Mecklenburg-Vorpommern, vorgestellt.

Bad Doberan nimmt an Tourismusbörsen teil, u.a. in Hamburg, Berlin, Leipzig und Jena. Schwerpunkt der Aktivitäten sind die „alten“ Märkte in den neuen Bundesländern.

Für 1996 beträgt das Budget für Werbung 40.000,- DM, ein Teil des Geldes wird jedoch für den Ankauf von Material für die Touristen-Information verwandt, so daß lediglich 30.000,- DM für Werbung zur Verfügung stehen.

Öffentlichkeits- und Pressearbeit wird lediglich in Zusammenhang mit Veranstaltungen betrieben. Eine regelmäßige Pressearbeit wurde eingestellt.

Zu bemängeln sind die unzureichende Zusammenarbeit und der geringe Informationsfluß zwischen Stadtvertretern, der Ebel-Klinik und touristischen Leistungs-anbietern. Auch die Kooperation der touristischen Anbietern untereinander und mit der Ebel-Klinik ist zu gering, um ein positives kurörtliches Gesamtbild gestalten zu können.

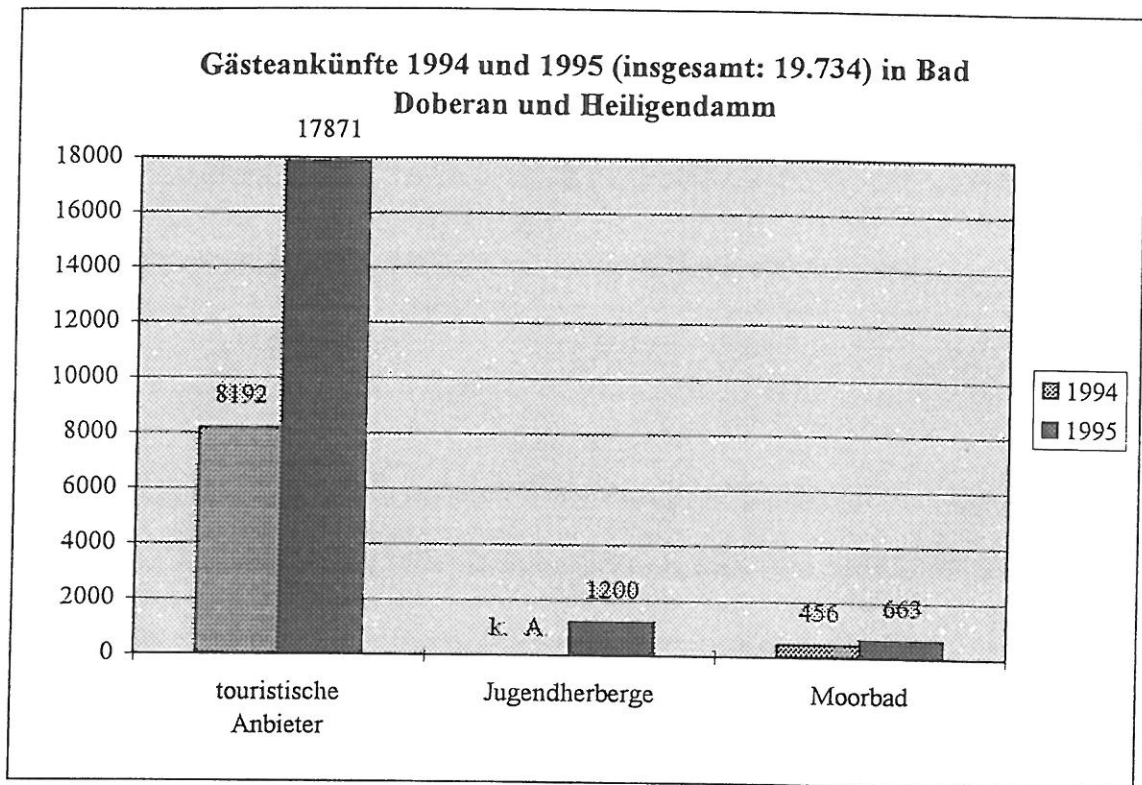
Fazit:

- ⇒ Die Werbematerialien von Bad Doberan sind sehr ansprechend gestaltet, entbehren aber bislang der Herausstellung von Angebotsselementen, die eine eindeutige Profilierung Bad Doberans auf dem kurspezifischen und touristischen Markt ermöglichen würden.
- ⇒ Bislang fehlt die Einbindung des Kur- und Gesundheitsaspektes in die städtischen Marketingaktivitäten.
- ⇒ Die Öffentlichkeitswirksamkeit einer kontinuierlichen Pressearbeit und periodisch stattfindender PR-Aktionen wird von den touristisch Verantwortlichen bislang unterschätzt.
- ⇒ Das Innenmarketing in Bad Doberan ist unzureichend

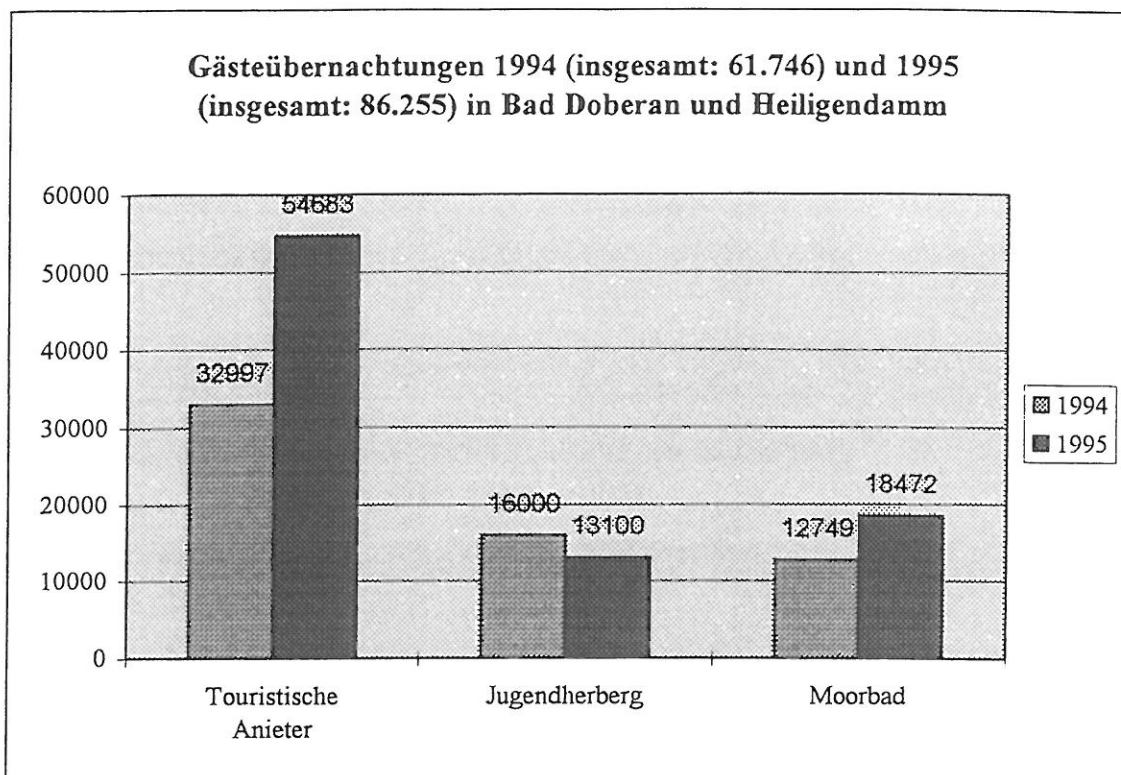
4 Die kurspezifische und touristische Nachfrage

Erst seit Beginn des Jahres 1996 wird für Bad Doberan und Heiligendamm eine getrennte Gästestatistik erstellt. Für die vorhergehenden Jahre sind Aussagen bezüglich der kurspezifischen und touristischen Nachfrage nur für die beiden Orte gemeinsam möglich.

Folgende Graphiken verdeutlichen die Entwicklung der Nachfrage in den Jahren 1994 und 1995:



Quelle: Reppel+Partner 1996 nach Angaben der Kurverwaltung Bad Doberan.



Quelle: Reppel+Partner 1996 nach Angaben der Kurverwaltung Bad Doberan.

Sowohl im Kur- als auch Fremdenverkehrswesen ist eine positive Entwicklung hinsichtlich der Gästeankünfte und -übernachtungen zu beobachten. Lediglich die Jugendherberge hat einen Rückgang an Übernachtungen zu verzeichnen.

Die Angaben zu den Gästeankünften und -übernachtungen der Stadt Bad Doberan (ohne Heiligendamm) basieren auf der Saisonauswertung der Kurverwaltung von Januar bis August 1996. Obwohl die Herbstsaison noch nicht in den Zahlen berücksichtigt ist, vermitteln sie ein Bild von der derzeitigen Situation in Bad Doberan:

**Tabelle 5: Gästeankünfte und -übernachtungen Januar bis August 1996
(nur Bad Doberan)**

Betriebe	Gäste	Nächte
touristische Anbieter	7437	21.583
Jugendherberge	1832	15.629
Moorbad	698	18.734
Insgesamt	9967	55.946

Quelle: Reppel+Partner 1996 nach Angaben der Kurverwaltung Bad Doberan.

Eine Differenzierung der Übernachtungen nach touristischen Beherbergungskategorien kann im Moment nicht vorgenommen werden. Auffallend ist allerdings, daß laut der Statistik die Gäste der Jugendherberge fast ein Drittel der gesamten Übernachtungen ausmachen.

Zu den Übernachtungsgästen kommen schätzungsweise noch 120.000 Tagesbesucher hinzu.

4.1 Aufenthaltsdauer und Bettenauslastung

Die Aufenthaltsdauer der Kurgäste beträgt durchschnittlich 26 Tage. Die Bettenauslastung der Kurklinik lag bei 70%.

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Urlaubsgäste in Bad Doberan beträgt 3,7 Tage. Die auf Grundlage der vorliegenden Daten berechnete Bettenauslastung beträgt 12%.

Allerdings ist dieses Ergebnis einer kritischen Betrachtung zu unterziehen. Kein Beherbergungsbetrieb könnte mit einer zwölfprozentigen Bettenauslastung am Markt bestehen. Insofern ist davon auszugehen, daß bei weitem nicht alle Übernachtungen bei der Kurverwaltung gemeldet werden.

4.2 Gästestruktur

Nach Einschätzung der Kurverwaltung liegt das Alter des überwiegenden Teils der Bad Doberaner Gäste über 40 Jahren, wobei der Anteil der Senioren überwiegt. Darüber hinaus beeinflussen noch die Jugendlichen, die als Gäste der Jugendherberge Bad Doberan besuchen, die touristische Altersstruktur.

4.3 Aufenthaltsmotive und Bewertung des Angebotes

Laut einer von der Kurverwaltung 1996 durchgeführten Gästeumfrage sind die attraktivsten Anziehungspunkte:

- die Molli-Bahn
- das Münster
- die spezifische Bad Doberaner Architektur
- die landschaftliche Lage in Küstennähe
- das Moorbad

Schwächen stellten die Gäste im Infrastruktur-, Gastronomie- und Kulturbereich fest. Insbesondere die Verkehrssituation, das unausgewogene Preis-Leistungs-Verhältnis und die fehlende Zielgruppenorientierung im Gastgewerbe sowie das mangelnde Angebot für Kinder im Kultursektor wurden von den Gästen negativ bewertet.

Fazit:

- ⇒ Wichtigste Reisemotive der Gäste sind Kultur und Gesundheit.
- ⇒ Das Kurwesen stellt im Vergleich zu den vorliegenden Daten aus dem touristischen Sektor (21.500 Übernachtungen bei 902 Betten) mit fast 19.000 Übernachtungen bei 75 Betten eine wichtige Größe dar. Mit der Eröffnung des neuen Moorbades wird die wirtschaftliche Bedeutung der Kur für Bad Doberan weiter steigen.
- ⇒ Die Tagestouristen stellen im Moment eine für Bad Doberan wichtige Gästegruppe dar. Allerdings wird das wirtschaftliche Potential aufgrund von Defiziten im gastronomischen Bereich und Einzelhandel nicht ausgeschöpft.
- ⇒ Die Aufenthaltsdauer der Kulturgäste in Bad Doberan ist zu kurz und sollte langfristig über die Schaffung attraktiver Angebote verlängert werden.
- ⇒ Die Altersstruktur der Bad Doberaner Gäste ist - bedingt durch den hohen Anteil der Gäste der Ebel-Klinik (Senioren) und der Jugendherberge (Jugendliche) - heterogen. Dieses Faktum sollte in der Angebotsgestaltung in Zukunft berücksichtigt werden.

5 Stärken und Schwächen - Analyse

Ziel der Stärken und Schwächen - Analyse ist, die prägenden Potentiale Bad Doberans zu erkennen und in Hinblick auf ihren Stellenwert für die kurspezifische und touristische Entwicklung zu werten. Die Kenntnis über die das Kur- und Fremdenverkehrswesen positiv und negativ beeinflussenden Faktoren ist richtungsweisend bei dem Ausbau einer profilgebenden Infra- und Angebotsstruktur.

5.1 Bewertung sämtlicher Angebotsfaktoren

Faktoren		Bewertung		Gut			Mittel			Schwach			Bemerkung
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Lage	Nähe zu Ballungsgebieten						•						Rostock, ca. 3 Autostunden von Berlin
	Nähe zu touristischen Zentren			•									Ostseebäder (z.B. Kühlungsborn), Hansestädte Rostock und Wismar
Klima	Klimatische Verhältnisse		•										Reizstarkes Klima
	Luftqualität						•						Hohe Schadstoffemissionen, v.a. durch Autoverkehr und veraltete Heizungsanlagen
Verkehr	Erreichbarkeit				•								A 19 in ca. 30 km Entfernung; B 105 Rostock-Lübeck; Autobahnanschluß an zukünftige Ostseeautobahn, Bahnanbindung, Molli
	geringes Verkehrsaufkommen										•		hoher Durchgangsverkehr, Umgehungsstraße wird erst ca. 2010 gebaut
	Verkehrsführung										•		Verkehrsplanung geht auf kurörtliche Anforderungen nur unzureichend ein

Bewertung		Gut			Mittel				Schwach			Bemerkung
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Ortsbild	Historische Bausubstanz		●									„Rotes“ und „Weißes“ Bad Doberan mit auffallenden Einzelobjekten (z.B. Münster, Altes Moorbad); attraktiver Kleinstadtcharakter
	Zustand der Bausubstanz					●						z.T. sanierungsbedürftig
	Ortsränder						●					teilweise durch Neubauten und Industriebrachen beeinträchtigt; attraktiv: Lindenallee an der L 6
	Plätze / Grünanlagen					●						attraktive Grünanlagen und Plätze (z.B. Englischer Garten; Am Kamp) vorhanden, Aufenthaltsqualität durch hohen Verkehrslärm und Schadstoffaufkommen gemindert; keine Vernetzung der Grünanlagen, kein Kurpark
Beherbergung	Anzahl Beherbergungsstätten					●						quantitativ unzureichend
	Struktur der Einrichtungen								●			Hotel- und Pensionsangebot zu gering
	Niveau der Ausstattung					●						Ein Großteil der Zimmer sind mit Dusche und WC ausgestattet, keine Zusatzausstattung

Bewertung		Gut			Mittel				Schwach			Bemerkung
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Gastro- nomie	Anzahl				●							ausreichend
	Qualität					●						in einzelnen Betrieben gutes Angebot, jedoch kaum kurspezifische Ausrichtung
	Freiluftbewirtschaftung									●		kaum vorhanden
	Erlebnisgastronomie									●		kaum regionale Bezüge
Kur- und Gesund- heits- angebot	Kureinrichtungen									●		Ebel-Klinik ist die ein- zige Kureinrichtung, kein Kurpark
	Gesundheitsangebot									●		außerhalb der Ebel- Klinik kein nennens- wertes Gesundheits- angebot vorhanden
	Kurmittel			●								Moor vorhanden, aller- dings in Nachbargemeinde Rethwisch, zudem in Privatbesitz
	Kurortcharakter									●		durch fehlende Kurein- richtungen und Beein- trächtigungen durch den Autoverkehr nur bedingt vorhanden
Kultur- angebot	Sehenswürdigkeiten				●							hohes Potential: Münster, Bauwerke des Klassizismus, Molli- Bahn u. a.
	Kultureinrichtungen für Ausstellungen und Auf- führungen					●						Potentiale sind mit Möckelhaus, Ehm- Welk-Haus, Roter Pavillon u. a. gegeben, doch bestehen Defizite in der zielgruppen- orientierten Vermarktung

Faktoren	Bewertung	Gut			Mittel				Schwach			Bemerkung	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Kultur- angebot	Feste und Bräuche						●						Klostersonnenfest, Kamp-Fest, Sommer- konzerte u.a.
Natur bezo- genes Angebot	Landschaftliche Umgebung		●										attraktive, da vielseitige Landschaftsformen: Meer, Kühlung, Conventer See, Hütter Wohld etc.
	Radwegenetz									●			keine Radwege
	Naturbademöglichkeiten				●								in Heiligendamm
Freizeit- angebot	Sport/ Freizeiteinrich- tungen						●						Sporthallen, Fitneßstu- dios etc. vorhanden, aber Angebot ist qualitativ ausbaufähig, v.a. fehlen witterungs- unabhängige Angebote
	Kreativkurse								●				Kurse bislang zu wenig auf Gästebedürfnisse zugeschnitten
Organi- sation	Fremdenverkehrsverein					●							vorhanden, doch nur geringe Lobbytätigkeit
	Kurverwaltung							●					Teil der Stadtverwaltung, privatwirtschaftliche Aktivitäten nicht mög- lich, lange Entschei- dungswege
Marke- ting	Werbemittel		●										ansprechendes Pro- spektmaterial
	Öffentlichkeitsarbeit								●				sollte intensiviert werden
Innen- marke- ting	Fremdenverkehrs- und Kurortbewußtsein									●			nur unterdurchschnitt- lich ausgeprägt

5.2 Hauptstärken und Hauptschwächen

Zusammenfassend lassen sich folgende Hauptstärken und -schwächen Bad Doberans definieren:

- **Hauptstärken**

Die Stärken der Stadt basieren zum einen auf den landschaftlichen und historisch gewachsenen Strukturen und zum anderen auf den Einrichtungen der kurspezifischen und touristischen Infrastruktur. In diesem Zusammenhang sind insbesondere zu nennen:

- attraktives naturräumliches Umfeld und die Nähe zur Ostsee
- charakteristisches historisches Ortsbild (Rotes und Weißes Bad Doberan) mit ansprechenden Grünanlagen
- Existenz kulturhistorisch interessanter Bauten (z.B. Münster) und Einrichtungen (z.B. Rennbahn, Molli)
- kulturelles Angebot (Ehm-Welk-Haus u. a.)
- Heilmittel Moor
- neueröffnete Ebel-Klinik als prägendes Element des Kurwesens der Stadt

- **Hauptschwächen**

Die Schwächen Bad Doberans sind in erster Linie durch Probleme im Infrastruktur- und Marketingbereich bedingt:

- problematische Verkehrssituation
- fehlender Kurortcharakter
- quantitativ und qualitativ nur gering entwickeltes Gastgewerbe
- geringe Freizeitinfrastruktur
- Fehlen von zielgruppenspezifischen und vermarktungsfähigen Angebotsstrukturen
- fehlende Zusammenarbeit der örtlichen Leistungs- und Entscheidungsträger

5.3 Derzeitiger Stand der Erfüllung der Prädikatisierungsanforderungen

Folgende Gegebenheiten stehen einer Prädikatisierung derzeit entgegen:

- Wirtschaftliche Bedeutung des Kurbereichs zu gering
 - geringe Bettenkapazitäten.
 - geringe Angebotskapazitäten für den Kurgast
- Verkehrssituation
 - zu hohes Verkehrsaufkommen
 - kein einwandfreies Straßen- und Wegenetz
 - kaum behindertengerechte Verkehrsführung (Bürgersteige etc.)
 - zu wenig Fußgängerampeln
 - fehlende Radwege
- Kur- und Gesundheitsangebot beschränkt sich auf Ebel-Klinik
 - Teilprädikatisierung für Ortsteil um Ebel-Klinik nicht möglich
 - fehlende Badearztpraxen in der Stadt
 - für Durchführung ambulanter Kuren derzeit keine Sicherheit
- Nur in geringem Umfang kurgemäße Unterkunft und Verpflegung außerhalb der Klinik
 - zu geringe Bettenzahl
 - keine ständige Diätberatung / fehlende Diätverpflegung in Restaurants / fehlender Diätausschuß als Mittler
 - fehlende Ausweisung von Nichtraucherzonen
 - keine behindertengerechten Unterkünfte
- Kein Kurpark bzw. von Verkehr ungestörte Park- und Grünflächen
- Teilweise ungepflegtes Ortsbild, wenig Begrünung
- Luftverschmutzung
 - insbesondere durch Verkehr
 - veraltete Heizungen, Umrüstung auf Erdgas noch nicht abgeschlossen

- Lärmbelastung
 - insbesondere durch Verkehr
- Moor nicht im Besitz der Stadt, derzeit keine vertragliche Sicherheit der Nutzung
- Eindruck, daß Bad Doberan Kurortpolitik nur „nebenbei“ betreibt

6 Trends und Marktentwicklungen

Bei der Entwicklung des Tourismus und des Kurwesens in Bad Doberan ist die Nachfrageentwicklung in den Bereichen Kur- / Gesundheitswesen zu berücksichtigen.

Gleichzeitig wirken sich auch Veränderungen in der Bevölkerungsentwicklung sowie im Wertewandel und Konsumverhalten indirekt auf die Nachfrage aus.

Die detaillierten Darstellungen der Trends befinden sich in der Anlage. In Hinblick auf das Prädikatisierungsverfahren wird nachfolgend auf die mit den Entwicklungstendenzen im Kur- und Tourismusbereich verknüpften Chancen und Risiken für Bad Doberan im Kur- und Tourismusbereich eingegangen.

6.1 Prädikatisierung Heilbad: Chancen und Risiken

6.1.1 Chancen durch Prädikatisierung

- Prädikat Heilbad ist Qualitätsmerkmal und Qualitätsbewußtsein der Urlauber steigt
- Prädikat Heilbad ist Imagefaktor
- 40 % aller Übernachtungen im deutschen Fremdenverkehr finden in den Heilbädern und Kurorten statt
- Interessenten für eine Kur oder einen Gesundheitsurlaub bevorzugen deutsche Heilbäder und Kurorte
- Schaffung neuer Arbeitsplätze im Kurbereich, aber auch im Tourismus
- Wirtschaftliche Einnahmen, wenn ambulante Kur/Kompaktkur ausgebaut wird und dadurch Nachfrage nach Beherbergung/Gastronomie etc. entsteht
- Gütesiegel für saubere Umwelt (auch im Tourismus wichtiger Standortfaktor)
- Verbesserung der Lebensqualität für die Bad Doberaner Bevölkerung bei Erfüllung der Auflagen
- Kurtaxe darf erhoben werden

6.1.2 Risiken durch Prädikatisierung

- Hohe Investitionen zu Beginn
- Laufende Kosten zur Instandhaltung und Pflege der Grünanlagen / Ortsbild etc.
- Auflagen können evtl. Gewerbeansiedlungen verhindern
- Zuschußkürzungen durch Gesundheitsreform (siehe Anlagen 2/8 und 2/9)

6.2 Entwicklungstendenzen im Kurbereich

6.2.1 Chancen

- Die höhere Lebenserwartung führt zu einem Wachstum der Bevölkerungsgruppe der über 60jährigen, eine der wichtigsten Nachfragegruppen für die Kur.
- Chronische Krankheiten, besonders in Form von Zivilisationskrankheiten gewinnen an Bedeutung. Das therapeutisch hochwirksame Heilmittel Moor ist für die Therapie bestimmter Zivilisationskrankheiten besonders geeignet (z.B. Frauenleiden, Erkrankungen des Stütz- und Bewegungsapparates, Rheuma).
- Jede zweite Kur in Deutschland wird gegen chronisches Rheuma verschrieben; Rheuma wird als typische Alters- und Stoffwechselerkrankung in Zukunft zunehmen.
- Mit dem Wechsel von einer stark naturwissenschaftlich orientierten Medizin hin zu ganzheitlichen Behandlungsformen hält der Trend zu natürlichen Heilmitteln an. Darunter fällt auch das Heilmittel Moor.
- Aufgrund der veränderten gesetzlichen Rahmenbedingungen wird in Zukunft die Nachfrage nach indikationsbezogenen ambulanten Kuren steigen. Die Ausarbeitung indikationsspezifischer Angebote auf Grundlage des Heilmittels Moor ermöglicht hierbei auch die Profilierung Bad Doberans auf dem Gesundheitsmarkt.
- Die zentrale Abgabe des Kurmittels in der Klinik garantiert die Einhaltung ärztlicher Vorgaben und sichert die Qualität.
- Interessenten für einen Kuraufenthalt bevorzugen deutsche Heilbäder und Kurorte. 75% aller Kurgäste absolvieren ihre Kur in einem „prädikatisierten“ Ort.
- Bei einer qualitativen Standortsicherung Bad Doberans als Kurstadt sind von den Kurgästen wichtige wirtschaftliche Impulse für die

touristischen Dienstleistungsbetriebe zu erwarten. Mineral- und Moorbäder unterliegen kaum saisonalen Schwankungen.

- In Mecklenburg-Vorpommern gibt es nur noch ein weiteres Moorbäd (Bad Sülze).

6.2.2 Problembereiche

- Die Auflagen für die Erlangung des Prädikates erfordern hohe Investitionen im Infrastrukturbereich (z.B. Verkehr, Kurpark).
- Laufende Kosten für den Unterhalt der Anlagen (Parks etc.) bzw. die Pflege des kurörtlichen Charakters belasten den kommunalen Haushalt.
- Die im Zuge der Gesundheitsreform erfolgten Einsparungen im Kurwesen werden den Wettbewerbsdruck unter den deutschen Kurorten weiter verstärken.
- In den letzten Jahren war in den Mineral- und Moorbädern ein leichter Rückgang von privaten Gästen zu verzeichnen. Laut dem Deutschen Bäderverband ist diese Entwicklung auch auf das Fehlen von preiswerten Unterkünften zurückzuführen. Dies trifft auch auf Bad Doberan zu.
- Schlechtes Image ambulanter Kuren („Kurlaub“).
- Bei ambulanten Kuren werden Kurorte in den westlichen Bundesländern bevorzugt (bessere kurörtliche Infrastruktur).
- Das Moor befindet sich nicht im Besitz der Stadt. Im Falle von Unstimmigkeiten mit dem kirchlichen Eigentümer beziehungsweise der Klinik, könnten Gesundheitsangebote, die auf dem Heilmittel Moor aufbauen, nicht aufrechterhalten werden.
- Die Moorkommen sind endlich (in Bad Doberan allerdings erst langfristig).
- Moor ist ein vergleichsweise teures Heilmittel: Sowohl die Kosten für die Aufbereitung als auch die Mooranwendungen (Moorbad: ca. 60,- DM) sind hoch.
- Umweltpolitische Bedenken gegen den Abbau des Moores könnten zu Problemen mit engagierten Bevölkerungsgruppen führen.

6.3 Entwicklungstendenzen im Tourismus

6.3.1 Chancen

- Die Zahl der Kurzurlaubsreisen steigt.
- Tagesausflugs- und Tagesgeschäftsreiseverkehr übertreffen in ihrer volkswirtschaftlichen Bedeutung den gesamten Übernachtungsreiseverkehr.
- Aufgrund des wachsenden Bildungs- und Gesundheitsbewußtseins wächst auch der Anteil an Kultur- und Gesundheitsreisen.
- Die kurspezifische Infrastruktur bietet eine qualitativ hochwertige Basis für die Entwicklung des Kultur- und Gesundheitstourismus.
- Interessenten für einen Gesundheitsurlaub bevorzugen deutsche Heilbäder und Kurorte. Etwa 50 % der Gesundheitstouristen verbringen ihren Urlaub in einem Kurort.
- Mit der wachsenden Nachfrage ambulanter Kurgäste nach Beherbergungs- und Gastronomieangeboten steigen die Umsatzzahlen im Gastgewerbe.
- Das kulturelle Leben der Stadt erfährt über die steigende Nachfrage der Gäste eine Belebung.
- Über eine konsequente Entwicklung des Kurbereiches und des Tourismus werden neue Arbeitsplätze geschaffen.

6.3.2 Problembereiche

- Viele Kurorte verlagern ihr Geschäft hin zum Gesundheitsurlaub, d.h. der Wettbewerbsdruck wird wachsen.
- Bad Doberan besitzt bislang außer der Klinik keine Infrastruktur, die eine Grundlage für den Ausbau des Gesundheitstourismus bieten könnte.
- Der Aufbau von Einrichtungen im Gesundheitsbereich (z.B. Gesundheitshaus, Sauna, Fitneß, Schwimmbad) sind sehr kostenintensiv.
- Ohne eine gleichzeitig erfolgende, profilgebende und zielgruppenspezifische Angebotsgestaltung im Kultur- und Gesundheitsbereich werden sich die im Zusammenhang mit dem Prädikatisierungsverfahren stehenden Investitionen im Infrastrukturbereich nicht lohnen.

- Der Anteil von privaten Gästen (ambulanten Kurgästen und Gesundheitsurlaubern) ist in den Mineral- und Moorbädern der östlichen Bundesländer sehr gering.

6.4 Schlußfolgerungen

Unter Berücksichtigung der Entwicklungstendenzen auf dem kurspezifischen und touristischen Markt lassen sich folgende Aussagen für Bad Doberan treffen:

- ⇒ Das Prädikat „Heilbad“ ist anzustreben. Viele Prädikatisierungsanforderungen sollten unabhängig vom Kurortstatus im Sinne einer die Qualität der Bevölkerung erhöhenden städtischen Politik erfüllt werden
- ⇒ Die Entscheidung zum Prädikat muß konsequent umgesetzt werden
- ⇒ Ein ambulanter Kurbereich, einschließlich der Entwicklung einer für Bad Doberan spezifischen Kompaktkur, ist aufzubauen
- ⇒ Das Kurortgesetz von Mecklenburg-Vorpommern setzt die Existenz eines Kurmittelhauses nicht voraus. Daher ist die Durchführung ambulanter Kuren in der Ebel-Klinik möglich. Voraussetzung hierzu ist ein langfristiger Vertrag zwischen Ebel-Klinik und Stadt über die Nutzung von Moor und Einrichtung zur Durchführung ambulanter Kuren
- ⇒ Ebenfalls sollte ein Angebot für ambulante, wohnortnahe Prävention und Rehabilitation aufgebaut werden (Einzugsgebiet Rostock)
- ⇒ Das den Kurortcharakter prägende Angebot in den Bereichen Sport, Freizeit, Unterhaltung und Kultur ist ebenfalls touristisch zu nutzen; viele Prädikatisierungsvoraussetzungen bilden ebenfalls die Grundlage für einen qualitativ hochwertigen Tourismus
- ⇒ Ausbau der Anwendungsmöglichkeiten für Moor
- ⇒ Bis Ende 1997 können noch nicht alle vom Gesetzgeber gestellten Anforderungen zur Beibehaltung des Prädikates erfüllt werden. Daher sollte in Abstimmung mit dem Sozialministerium von Mecklenburg-Vorpommern die Anerkennung des Prädikats für einige Jahre, bis sämtliche Voraussetzungen erfüllt sind, ausgesetzt werden
- ⇒ Aufgrund der Potentiale und der bestehenden Nachfragestruktur sind die Zielgruppen „Kurgäste, Tagesausflügler, Kultur- und Gesundheitsurlauber“ für Bad Doberan besonders interessant.

7 Leitbild

Das kurörtliche und touristische Gesamtangebot setzt sich aus zahlreichen Einzelementen zusammen. Damit die Einzelemente nicht als eine zusammenhanglose Ansammlung von Angebotsfaktoren bestehen bleiben, ist eine grundlegende Philosophie (Leitbild) notwendig. Entscheidungs- und Leistungsträgern, der Bevölkerung und allen am Tourismus Beteiligten soll so im Sinne eines roten Fadens eine Orientierungshilfe gegeben werden, die eine aufeinander abgestimmte Entwicklung der Angebotselemente gewährleistet.

Das Leitbild beruht auf den ortsspezifischen Potentialen und der Nachfrage am touristischen Markt, definiert die Zielgruppen und gibt die Zielrichtung der touristischen Angebotsgestaltung vor.

Unter Berücksichtigung der Marktbedingungen und den kurspezifischen und touristischen Potentialen Bad Doberans im Gesundheits- und Kulturbereich lautet des Leitbild:

**Kur- und Kulturstadt Bad Doberan:
Kulturelle Vielfalt in gesunder Umgebung**

7.1 Entwicklungsleitlinien

Das Leitbild Bad Doberans basiert auf folgenden Leitlinien:

- Kurwesen und Tourismus sollen zu wichtigen Wirtschaftszweigen der Stadt Bad Doberan ausgebaut werden. Alle Entscheidungen bezüglich gewerblicher Neuansiedlungen sollen in Hinblick auf ihre Verträglichkeit mit den kurörtlichen und touristischen Zielvorgaben überprüft werden.
- Neben der sich in Ortsstruktur und -bild dokumentierenden geschichtlichen Entwicklung besitzt Bad Doberan kunsthistorisch bedeutende Kulturdenkmäler. Deshalb bildet der Kulturtourismus den Schwerpunkt innerhalb der touristischen Entwicklung.
- Pflege und Ausbau des kulturellen Angebots sind Voraussetzung dafür, daß sich der Kulturtourismus als wichtigster Bereich des touristischen Angebots weiterentwickelt.
- Das Kurwesen ist neben dem Kulturtourismus ein weiteres wichtiges Standbein. Der Erhalt des Prädikates "Staatlich anerkanntes Heilbad" ist daher mittelfristiges Ziel der Stadtentwicklung.
- Das durch das Prädikat "Heilbad" beim Gast implizierte Qualitätsmerkmal in puncto Umwelt und Gesundheit muß sich in allen Elementen des touristischen Angebots widerspiegeln.

- Die Zukunft als Heilbad und die daraus resultierenden Anforderungen sind bestimmend für sämtliche Bereiche der zukünftigen Stadtentwicklung, z.B. für Verkehr, Ortsbild und Grünplanung.
- Da die Stadt derzeit keine eigenen Möglichkeiten für Kuranwendungen besitzt, ist eine intensive Zusammenarbeit mit der Ebel-Klinik Voraussetzung für den erfolgreichen Aufbau des Kurwesens.
- Bad Doberan liegt in einer schönen und abwechslungsreichen Landschaft, die es zu bewahren und in das touristische Angebot miteinzubeziehen gilt.
- Bezogen auf die Aufenthaltsdauer im Tourismus wird der Schwerpunkt auf dem Tagesausflugsverkehr und dem Kurzurlaub liegen
- Der Ausbau dieses Bereichs muß durch besucherlenkende Maßnahmen und eine Förderung der Anreise ohne PKW unterstützt werden.
- Der kontinuierliche Dialog zwischen Stadtverwaltung, Leistungsträgern und Bevölkerung ist Voraussetzung für eine erfolgreiche Kurortentwicklung und Fremdenverkehrsarbeit.

7.2 Zielgruppen

Entsprechend des Schwerpunktangebotes im Kurwesen und im kulturellen Bereich ergeben sich für Bad Doberan folgende Zielgruppen:

- Hauptzielgruppen
 - Kulturtouristen
 - Kurgäste
- Nebenzielgruppen
 - Tagestouristen
 - Gesundheitsurlauber

Die spezifischen Merkmale der Zielgruppen werden nachfolgend in Form tabellarischer Kurzbeschreibungen zusammengefaßt. Die Zielgruppenstruktur und -bedürfnisse werden so faßbar und können besser bei der Ausgestaltung der infrastrukturellen und angebotsgestalterischen Maßnahmen berücksichtigt werden.

7.2.1 Hauptzielgruppe: Kulturtouristen

Motive:	Kultur und Bildung, Horizonterweiterung, Neues Kennenlernen, Anregungen
Aktivität:	Besichtigungen, Besuch von kulturellen Veranstaltungen, Kreativkurse, bummeln, Essen gehen
Struktur:	Mittleres und höheres Einkommen, mittlere und höhere Bildungsschicht, Einzelreisende und Paare jeden Alters, jedoch überwiegend mittleren und älteren Jahrgangs
Zeit:	Ganzjährig, Kurzaurlaub und Tagesausflug
Marktanteil:	Groß, steigend

7.2.2 Hauptzielgruppe: Kurgäste

Motive:	Prävention, Rehabilitation, Abschalten vom Alltag
Kur / Gesundheit	Heilbehandlungen, Gesundheitsbildung, Entspannungstraining etc.
Aktivität:	leichte Aktivitäten wie Schwimmen, Wandern, Radfahren, Tennis, Gymnastik, Kreativkurse, Kultur- und Unterhaltungsveranstaltungen, bummeln und einkaufen
Struktur:	mittlere Einkommensschicht, unterschiedlicher Bildungsgrad, Angestellte, Rentner, Arbeiter, Hausfrauen; 2/3 alleinreisend, 1/3 mit Partner
Zeit:	Ganzjährig; Schwerpunkt Frühjahr bis Herbst, mindestens 21 Tage
Marktanteil:	Groß, jedoch im Hinblick auf die neuen gesetzlichen Regelungen stagnierend und möglicherweise abnehmend

7.2.3 Nebenzielgruppe: Tagestouristen

Motive:	Abwechslung, Vergnügen, Kultur, Neues Kennenlernen, Anregungen
Aktivität:	Besichtigungen, Kulturveranstaltungen, Einkauf, Essen gehen
Struktur:	Urlauber (v.a. auch Familien) der Ostseeküste, Ausflügler aus der näheren Umgebung
Zeit:	Ganzjährig, Mehrzahl jedoch während der Sommermonate
Marktanteil:	Groß, steigend, da Nachfrage in M.-V. steigt und Ostseebäder ihre Kapazitäten erweitern

7.2.4 Nebenzielgruppe: Gesundheitsurlauber

Motive:	etwas für die Gesundheit tun, sich verwöhnen lassen, Prävention, Abschalten vom Alltag
Kur / Gesundheit	Gesundheits Check-Up, ganzheitlich orientierte Gesundheitsprogramme, Heilbehandlungen, Gesundheits- u. Ernährungsberatung
Aktivität:	Schwimmen, Wandern, Radfahren, Tennis, Fitneß etc., Unterhaltung
Struktur:	Mittleres und höheres Einkommen, Einzelreisende, Paare jeden Alters
Zeit:	Ganzjährig, Schwerpunkt Frühjahr bis Herbst, Aufenthalt schwankt zwischen 3 und 7 Tagen
Marktanteil:	Groß, steigend

8 Kurortentwicklungsprogramm

Die nachfolgend formulierten Zielstellungen, Strategien und Maßnahmen sind eng an die mit dem Prädikatisierungsverfahren verknüpften Vorgaben gebunden. Überlappungen in den einzelnen Bereichen sind möglich und gewollt.

Erläuterung der Abkürzungen für den Maßnahmenkatalog

Zuständigkeit

SV	Stadtverwaltung allgemein
TFV	Tourismusförderverein
KV	Kurverwaltung
BA	Bauamt
KA	Amt für Kultur, Bildung und Tourismus
I	Investoren
B	Bürger
K	Klinik
LT	Leistungsträger
GV	Gewerbeverein
VER	Vereine

Priorität

A	Zwingende Voraussetzung für den Erhalt des Prädikates
B	Wichtig für die kurörtliche Entwicklung
C	Überwiegend für den Tourismus von Bedeutung

Fristigkeit

p	permanente Aufgabe
s	sofort
k	kurzfristig
m	mittelfristig
l	langfristig

8.1 Stadtentwicklung

8.1.1 Entwicklungsziel

Entwicklungsziel
Schaffung und Pflege eines kurörtlichen Charakters

8.1.2 Entwicklungsstrategien

Strategie 1: Konsequente Ausrichtung des politischen Handelns und der Fachplanungen in den Bereichen Verkehr, Bebauungs-, Grünpläne und Wirtschaft auf die Entwicklung des Kur- und Erholungscharakters Bad Doberans

Strategie 2: Überprüfung der Umweltfreundlichkeit bei allen Entscheidungen bezüglich der Entwicklung der Infra- und Angebotsstruktur

Strategie 3: Förderung des Bewußtseins von Entscheidungs- und Leistungsträgern in Bezug auf die Anforderungen an eine kurörtliche Entwicklung

8.1.3 Grundlegende Maßnahmen

Nr.	Maßnahme	Strategie	Zuständigkeit	Priorität	Fristigkeit
1	Politische Lobbyarbeit für raschen Bau der Umgehungsstraße als Ersatz für die innerörtliche B105	1,2	SV	B	p
2	Überarbeitung des Verkehrskonzeptes unter besonderer Berücksichtigung der Entwicklung des kurörtlichen Charakters	1,2	BA	A	s
3	Bau der Randstraße vorantreiben, dabei Verkehr Richtung Wismar nicht durch das Zentrum lenken	1,2	BA	B	k
4	Verkehrsberuhigung im Zentrum; dabei Bereiche nur für Anlieger mit dem Kfz zugänglich machen, feste Zeiten für Anlieferverkehr definieren	1,2	BA	A	k

Nr.	Maßnahme	Strategie	Zuständigkeit	Priorität	Fristigkeit
5	Anbindung der Ebel-Klinik an die Stadt über Fuß- und Radwege sowie einen Shuttle-Service	1,2	BA	A	s
6	Entwicklung eines Parkraumleitsystem	1,2	BA	B	k
7	Konsequente Parkraumbewirtschaftung im Innenstadtbereich	1,2	BA	C	m
8	Behindertengerechte Innenstadt schaffen durch längere Grünphasen für Fußgänger, Verbreiterung der Gehwege bei Straßenneubau- oder Sanierung, stufenloses Absenken der Gehwege an wichtigen Kreuzungen und Zufahrten, behindertengerechte Parkplätze etc.	1,2	BA	A	m
9	Anlage von Fahrradwegen im Stadtgebiet, wo bautechnisch möglich	1,2	BA	B	m
10	Anbindung der Pferderennbahn an die Stadt durch einen Radweg	1	BA	C	m
11	Schaffung von Angeboten, die zur Attraktivitätssteigerung des öffentlichen Nahverkehrs und der Bahn beitragen	1,2	BA	B	k
12	Anpassung des Mollifahrplans an der Bahn AG	1	Molli-GmbH	C	m
13	Molli-Verkehr bis 22.30 Uhr ausweiten („Lumpensammler“)	1	Molli-GmbH	C	k
14	Ansprechende Gestaltung der Ortseingänge	1	BA	C	l
15	Erhalt und Sanierung der alten Bausubstanz	1	BA, B	B	p
16	Erlaß einer Ortsbildsatzung	1	BA	B	k
17	Workshop „Bürger gestalten ihre Stadt“: Ideenfindung zur Ortsbildverschönerung mit Informationen zu Fördermöglichkeiten von privaten Bau- und Sanierungsvorhaben	3	BA, TFV KV	B	p
18	Pflege der innerstädtischen Grünzonen	1,2	BA	B	p

Nr.	Maßnahme	Strategie	Zuständigkeit	Priorität	Fristigkeit
19	Neuanlage des Kurparkes auf dem Gelände um das alte Moorbad (vgl. Maßnahme 2)	1,2	BA	A	k
20	Lärmschutzmaßnahmen, v.a. am neuen Kurpark	1	BA	A	k
21	Anbindung des Kurparks an das Zentrum für Fußgänger (Ampel, evtl. Unterführung, Beschilderung)	1	BA	A	k
22	Entwicklung eines auf die Bedürfnisse der Gäste zugeschnittenen Einzelhandels- und Dienstleistungsangebotes	1,2	GV	B	m
23	Ausbau der Mollstraße zur Flaniermeile; neben attraktiven Einzelhandelsgeschäften Spielzonen für Kinder, Gastronomie mit themenbezogener Ausstattung und Speisekarte etc.	1	TFV BA GV	B	m
24	Attraktivierung der Schaufenstergestaltung; dabei Verwendung Doberan-typischer Elemente	1	TFV BA, GV	C	l
25	Informationsabende für den Bad Doberaner Einzelhandel mit folgenden Themen: – Welche Zielgruppe wünscht sich welches Sortiment? – Raum- und Auslagengestaltung – Verkaufsförderung – Werbemaßnahmen	3	TFV, GV	B	p
26	Vorrangige Ansiedlung von mit dem Kurcharakter zu vereinbarenden Gewerbebetrieben	1,2	SV	A	p
27	Gründung eines Altstadtvereins, u. a. mit den Zielen „Lebendige, attraktive Altstadt“, „Verlängerte Öffnungszeiten“, „Verkaufsaktionen“, „Begrünung, Blumen“, „Höhepunktveranstaltungen“	3	TFV, GV ¹	B	k

¹ Die anzusprechenden potentiellen Partner wurden auf dem Workshop am 04.12.1996 festgelegt.

Nr.	Maßnahme	Strategie	Zuständigkeit	Priorität	Fristigkeit
28	Einrichtung öffentlicher Toiletten in einwandfreien Zustand (ca. alle 1.000 m im Innenstadt- und Kurbereich)	1	BA	A	k
29	Nutzungskonzept altes Moorbad erarbeiten; dabei zumindest teilweise touristische Angebote integrieren (z.B. Cafeteria für Kurgäste)	1	BA	B	m
30	Nächtliche Beleuchtung der bedeutenden Gebäude (v.a. Münster)	1	BA	C	m
31	Auflagen gegen Luftverschmutzung: Umstellung der Kohleöfen auf Gas/Öl bis Ende 1998, sonst Strafe	1,2	GV	A	m
32	Verstärkte Öffentlichkeitsarbeit zu dem Thema Prädikatisierung, Lärm und Verkehr	3	KV, GV, TFV	B	p

8.2 Kur und Gesundheit

8.2.1 Entwicklungsziel

Entwicklungsziel
Schaffung eines qualitativen und attraktiven Kur- und Gesundheitswesens

8.2.2 Entwicklungsstrategien

- Strategie 1: Etablierung Bad Doberans als Kurort mit modernsten Anwendungen im Bereich Moor
- Strategie 2: Aufbau eines attraktiven ambulanten Kurwesens
- Strategie 3: Aufbau eines modernen ganzheitlich orientierten Gesundheitsangebotes
- Strategie 4: Verbindung der Angebotsbereiche Gesundheit und Kultur

Strategie 5: Professionelle Vermarktung der Kur- und Gesundheitsangebote

Strategie 6: Verstärkte Zusammenarbeit der Entscheidungs-, Leistungs- und Bildungsträger in Hinblick auf den Aufbau einer gesundheitsorientierten Infra- und Angebotsstruktur

8.2.3 Grundlegende Maßnahmen

Nr.	Maßnahme	Strategie	Zuständigkeit	Priorität	Fristigkeit
1	Vertrag zwischen Stadt und Klinik über Nutzung der Klinik zur Durchführung ambulanter Kuren (Vertragsdauer: mindestens 15 Jahre)	1,2,6	SV, K	A	k
2	Durchführung ambulanter Kuren in der Klinik	1,2,6	SV, K	A	k
3	Gründung eines Arbeitskreises „Kuren“	2,3,4,6	KV, LT	B	k
4	Gründung eines örtlichen Diätausschusses	2,6	KV, K	B	k
5	Schaffung einer speziellen Kompaktkur für Bad Doberan auf Grundlage des Heilmittels Moor	1,2	KV K	B	k
6	Entwicklung indikationsspezifischer Gesundheitsangebote mit unterschiedlichsten Anwendungsmöglichkeiten des Heilmittels Moor	1,3	KV K	B	m
7	Ansiedlung weiterer Badeärzte in Bad Doberan	2	SV	B	m
8	Schaffung von indikationsbezogenen Gesundheitsangeboten außerhalb der Ebel-Klinik	1,3	KV LT	B	m
9	Entwicklung eines Seminar- und Kursangebotes in Kooperation mit der Volkshochschule, Krankenkassen, Ebel-Klinik u.a.	1,2,3,4	KV	B	m
10	Einbindung der natürlichen Angebotsfaktoren in die Gesundheitsprogramme	2,3	KV	B	m
11	Entwicklung von Fitneßprogrammen mit kulturellem Hintergrund	4	KV LT	C	m

Nr.	Maßnahme	Strategie	Zuständigkeit	Priorität	Fristigkeit
12	Ausarbeitung kombinierter Kreativ- und Gesundheitsprogramme	1,3,4	KV LT	B	m
13	Schaffung von Räumlichkeiten für die Unterhaltung und Betreuung der Gäste	2,4	KV	A	k
14	Bewußte Vermarktung ambulanter Kuren in der Region (Konzept der Sozialversicherungsträger: "ambulante wohnortnahe Prävention und Rehabilitation")	1,5	KV	B	k
15	Entwicklung von Gesundheitspauschalen für Kurzurlauber	1,3,4	TFV KV, LT	C	m
16	Vermarktung der Gesundheitsangebote über Reiseveranstalter	5	KV TFV	C	m
17	Einrichtung eines kurtouristischen Stammtisches für Entscheidungs- und Leistungsträger	3,6	KV TFV LT	B	k
18	Auflage einer Kurzeitung für Leistungsträger und Gäste	3	KV TFV	B	m

8.2.4 Angebotsbeispiele:

- Rheuma-Kompaktkur
- Die Bad Doberaner - Rückenwoche
- Gesund und schön durch Moor - Wochenende für Körperbewußte
- Fitneß - Stufen - Programm - Münsterturbesteigung
- Moorführungen
- Kochkurse: Vollwertküche
- Kurs: Heilkräuter sammeln, zubereiten und anwenden
- Handbuch „Gesundheitsurlaub in Bad Doberan“
- Informationsschriften über Kurmöglichkeiten für Ärzte in der Region
- Kurkurier - Das Informationsmedium für Anbieter und Nachfrager

Eine erfolgreiche Entwicklung Bad Doberans zur Erhaltung des Prädikats „Heilbad“ setzt eine intensive Zusammenarbeit zwischen Stadt und Ebel-Klinik voraus. Diese Kooperation mündet v.a. in einer vertraglich abgesicherten Möglichkeit für die Stadt, in der Klinik ambulante Kuren durchführen zu können.

Für die Klinik bietet dies bei der infolge der Sparmaßnahmen im Gesundheitsbereich (vgl. Anlagen 2/8 und 2/9) zu erwartenden geringeren Belegung durch stationäre Kurgäste den Vorteil einer höheren Auslastung und verbesserten Rentabilität.

Die Stadt Bad Doberan wiederum erfüllt die vom Gesetzgeber geforderte Bedingungen, ambulante Kuren durchzuführen, ohne ein eigenes Kurmittelhaus bauen zu müssen.

Von der Errichtung eines eigenen Kurmittelhauses ist kurz- bis mittelfristig aus finanziellen Gründen abzuraten. Mittelfristiges Ziel sollte es sein, weitere dezentrale Standorte (Gesundheitshotel, private Badearztpraxen) für die Verabreichung ambulanter Kuren zu schaffen. Dies sollte jedoch durch private Initiative geschehen und durch die Verbesserung der Rahmenbedingungen (Kurortcharakter etc.) durch die Stadt indirekt gefördert werden.

Sollte allerdings kein Vertrag über die langfristige Verabreichung ambulanter Kuren in der Klinik zustande kommen, ist bereits kurzfristig eine geeignete Einrichtung für die Durchführung ambulanter Kuren zu nutzen. Optimale Variante wäre, in Kombination mit einem Haus des Gastes, das „alte Moorbad“.

Die räumliche Distanz zwischen der Klinik und dem Stadtzentrum ist nicht optimal. Erschwerend kommt das teilweise abschüssige Gelände hinzu. Voraussetzung für die erfolgreiche Etablierung der ambulanten Kuren in der Ebel-Klinik ist daher eine sehr gute Anbindung der Klinik an die Stadt durch Fuß- und Radwege (Wegeführung an einem möglichst geringen Steigungsgrad orientieren) und einen Bus-Pendelverkehr.

8.3 Beherbergung

8.3.1 Entwicklungsziel

Entwicklungsziel
Aufbau eines leistungsstarken, den Ansprüchen einer Kurstadt entsprechenden Beherbergungswesens

8.3.2 Entwicklungsstrategien

- Strategie 1: Erhöhung der Bettenkapazitäten
- Strategie 2: Ausbau des Beherbergungswesens im Einklang mit historisch gewachsenen Strukturen
- Strategie 3: Berücksichtigung ökologischer Aspekte beim Ausbau des Beherbergungsangebotes
- Strategie 4: Aufbau eines zielgruppenorientierten Beherbergungsangebotes
- Strategie 5: Professionelle Vermarktung des Beherbergungsangebotes
- Strategie 6: Intensivierung der Zusammenarbeit zwischen den am Entwicklungsprozeß Beteiligten

8.3.3 Grundlegende Maßnahmen

Nr.	Maßnahme	Strategie	Zuständigkeit	Priorität	Fristigkeit
1	Förderung kleinerer Hotel- und Pensionsbetriebe	1	GV	B	p
2	Nutzung der regionaltypischen Bausubstanz für Beherbergungseinrichtungen	2	I	C	p
3	Ökologieorientierung im Beherbergungswesen für Gast erlebbar gestalten	3,4	LT	B	p
4	Einrichtung von Beherbergungsbetrieben mit integrierten Kur- und Gesundheitseinrichtungen	3,4	I	B	m
5	Einrichtung von behindertengerechten Unterkünften	4	LT	A	k
6	Verbesserung der Zusammenarbeit von Hotellerie und Reha-Klinik mit dem Ziel, ein für ambulante Kurgäste adäquates Wohnumfeld zu schaffen	4,6	K LT	B	k
7	Seminare und Schulungen für Leistungsträger in Hinblick auf eine zielgruppen- und serviceorientierte Ausgestaltung des Angebotes	6	TFV	B	p

8.3.4 Angebotsbeispiele

- Fit- und Wellnesspension
- Kur- und Sporthotel
- Umweltfreundlichkeit: Handtuchservice nach Bedarf, Wasserspartasten etc.
- Auflage eines halbjährlich erscheinenden Heftes „Kurgerechtes Gastgewerbe“ - Leitfaden für Beherberger und Gastronomen (Themenbeispiele: Umweltorientierung, Ausstattung, Service)

8.4 Gastronomie

8.4.1 Entwicklungsziel

Entwicklungsziel
Aufbau eines leistungsstarken, den Ansprüchen einer Kurstadt entsprechenden gastronomischen Angebotes

8.4.2 Entwicklungsstrategien

- Strategie 1: Aufbau eines qualitativen und serviceorientierten Gastgewerbes
- Strategie 2: Förderung von atmosphärisch ansprechenden Einrichtungen
- Strategie 3: Schaffung eines zielgruppengerechten gastronomischen Angebotes
- Strategie 4: Pflege der regionaltypischen Küche
- Strategie 5: Integration von erlebnisvermittelnden Zusatzelementen

8.4.3 Grundlegende Maßnahmen

Nr.	Maßnahme	Strategie	Zuständigkeit	Priorität	Fristigkeit
1	Mitarbeiterschulungen zu verschiedenen Themen wie Service, Küche, Inneneinrichtung	1,2,3	TFV LT	B	p
2	Einkauf qualitativ hochwertiger Lebensmittel	1	LT	B	p
3	Schaffung einer hochwertigen und gesunden Küche mit Möglichkeiten zur Reduktionskost (Diät-, Vollwert-, vegetarische Küche)	1,2	LT	A	k
4	Speisekarte mit Extraseite zu regional-typischen Gerichten	4	LT	C	m
5	Bewußter Rückgriff auf regionale landwirtschaftl. Produkte bei der Speisenzubereitung	3,4	LT	C	m
6	Druck von Rezeptkarten für regionale Gerichte (zum Mitnehmen und Versenden)	3,4	LT	C	l
7	Kulinarische Themenwochen mit Schwerpunkt gesunde Küche und regionale Gerichte	4	CT	C	m
8	Aufbau einer attraktiven Erlebnishgastro- nomie unter Einbeziehung der kulturhi- storischen Themenschwerpunkte	5	LT	C	m
9	Berücksichtigung der Bedürfnisse von Familien (Kinderteller, Malutensilien, ein dem familiären Geldbeutel angepaßtes Preis-Leistungsverhältnis)	3	LT	C	m
10	Förderung der Freiluftgastronomie	3	LT	B	k
11	Einrichtung von Nichtraucherzonen	1,2,3	LT	A	k

8.4.4 Angebotsbeispiele

- Schulungsthemen:
 - Der problematische Gast
 - Das Auge isst mit - Garniervorschläge
 - Lebensmittel schonend zubereitet
 - Tips zur Einrichtungsgestaltung
- Beispiele zur regionalen Küche:
 - Gesund mit Fisch, Spezialitäten der Ostseeküste
 - Kochkurs: Regionale Gerichte für Rheumatiker
- Beispiele zur Erlebnisgastronomie
 - Mollibahnfrühstück
 - Kulinarisches aus der Klosterküche
- Beispiele zur familienfreundlichen Gastronomie
 - Bereitstellung von Malutensilien
 - Spielecken
 - ausgewogenes Preis-Leistungs-Verhältnis

8.5 Kultur

8.5.1 Entwicklungsziel

Entwicklungsziel
Etablierung Bad Doberans als attraktives kulturhistorisches Urlaubs- und Ausflugsziel

8.5.2 Entwicklungsstrategien

- Strategie 1: Erhalt und bewußte Pflege des Ortsbildes und interessanter historischer Objekte
- Strategie 2: Steigerung der Attraktivität des Kulturangebotes Bad Doberans für Tagesausflügler und Kurzurlauber
- Strategie 3: Entwicklung profilierter Kulturangebote
- Strategie 4: Berücksichtigung des Erlebnisaspektes beim Aufbau der Kulturangebote
- Strategie 5: Bewußte Einbeziehung Einheimischer bei der Gestaltung des touristischen Angebotes
- Strategie 6: Intensivierung der Zusammenarbeit mit den lokalen, regionalen und überregionalen Kulturverbänden
- Strategie 7: Professionelle Vermarktung des Kulturangebotes
- Strategie 8: Vermehrte Integration regionaler Themen

8.5.3 Grundlegende Maßnahmen

Nr.	Maßnahme	Strategie	Zuständigkeit	Priorität	Fristigkeit
1	Bestandsaufnahme von und Zuordnung sämtlicher kulturhistorischen Potentiale unter die Themenschwerpunkte: – Bad Doberan im Mittelalter – Die Blütezeit im 19. Jahrhundert – Klassizistisches Bad Doberan – Bad Doberaner Persönlichkeiten – Verkehr und Technik	1,5,6,8	KA	B	k
2	Ausarbeitung von themat. Stadtführungen	2,3,4	KA	C	k
3	Regelmäßige Qualifizierung der Stadtführer zu den Themen „Qualifizierte Führung“ und „Stadtgeschichte“	2,3,5	KA	C	p
4	Ausstellungen zur Entwicklungsgeschichte Bad Doberans	2,3,4,8	KA	C	m
5	Kennzeichnung der historisch bedeutsamen Stätten	4,7	KA BA	C	m

Nr.	Maßnahme	Strategie	Zuständigkeit	Priorität	Fristigkeit
6	Implementierung von Besucherlenkungsmaßnahmen, z.B. Stadtrundgänge zur Lenkung des Tagesbesucheraufkommens	4,7	TFV	B	k
7	Entwicklung attraktiver Kreativkurse mit regionaltypischen Hintergrund (speziell für Kurgäste, daher Absprache mit der Klinik)	4, 8	KA LT K	B	k
8	Verstärkte Nutzung des Münsters für kulturelle Veranstaltungen (z.B. Konzerte in Busreisepauschalen einbauen)	2,3	KA Münster	C	k
9	Etablierung eines Chor-Festivals	3,4,5	KA	C	l
10	Stärkere Einbeziehung Bad Doberans in den Musiksommer Mecklenburg-Vorpommerns	6	KA	C	m
11	Ausarbeitung regionaler Kulturrouten	2,3,6,8	KA	C	l
12	Auflage von thematischen Kulturpauschalen	2,3,7	TFV KV, KA	C	k
13	Zusammenarbeit mit Museumshof in Steffenshagen und der Glashütte in Glashagen	3,6	KA	C	k
14	Gezielte Vermarktung Bad Doberans in den umliegenden Ostseestädten als attraktives Ausflugsziel	6,7	KV	C	k
15	Gründung des Arbeitskreises Kultur, um Umsetzung der Maßnahmen zu gewährleisten	2,3,7	KA	C	k
16	Unterstützung des Kunstvereins z.B. durch vertragliche Zusicherung der Nutzung des Pavillons	6	KA	B	k
17	Auflage von Special-Interest-Prospekten	3,7	KA	C	l

8.5.4 Angebotsbeispiele

- Kulturpauschalen
 - Literaturtage Bad Doberan
 - Klassiksommer Bad Doberan
- Erlebnisorientierte Kulturangebote
 - Die Reise in die Vergangenheit - Multimedialer Abend
 - Handwerkskurse für Gäste
 - Stadtspiel: Gast im Bad Doberan des 19. Jahrhundert
- Stadtführungsthemen
 - Klosterleben in Bad Doberan
 - Literaten in Bad Doberan
 - Auf den Spuren der Molli
- regionale Kulturrouten
 - Entstehungsgeschichte des Moores
 - Radwandern entlang der Spuren der Steinzeitmenschen
- Erlebnis Dampfeisenbahn „Molli“
 - Verbesserung der Serviceleistungen
 - Verschönerung der Bahnhöfe (Sauberkeit, Sanierung, Ausstellungsgegenstände, alte Fotos, Kaffeeauschank etc.)
 - Sonderfahrten (z.B. mit den rekonstruierten historischen Wagen)
 - Einbau in Pauschalangebote
 - Kombination mit Abendveranstaltungen in Bad Doberan (z.B. Kinobesuch / Münsterkonzert und Rückfahrt nach Kühlungsborn)
- Initiierung von Stadtfesten, die eine Tradition erlangen und über die Grenzen der Stadt hinaus bekannt werden, z.B. Veranstaltung eines Altstadtfestes in der Vor- oder Nachsaison (zur Verlängerung der Saison); evtl. kann das bisherige Mollifest in ein Altstadtfest mit Schwerpunkt Molli umfunktioniert werden
- Molli-Kurfahrt: ein Nachmittag an der See (Nachmittag mit Betreuung und Besuch der Rennbahn, Heiligendamm, Kühlungsborn und einer Gastronomieeinrichtung); Zielgruppe: Kurgäste

8.6 Natur

8.6.1 Entwicklungsziel

Entwicklungsziel
Einbeziehung der natürlichen Umgebung Bad Doberans in das touristische Angebot unter Berücksichtigung ökologischer Kriterien

8.6.2 Entwicklungsstrategien

- Strategie 1: Erhalt und Pflege einer ökologisch intakten Natur
- Strategie 2: Entwicklung von Wander- und Spaziermöglichkeiten
- Strategie 3: Förderung des Radtourismus
- Strategie 4: Förderung des Reittourismus
- Strategie 5: Verbindung von Natur-, Kultur- und Gesundheitsaspekten bei der Entwicklung der natürlichen Infrastrukturelemente
- Strategie 6: Förderung des Umweltbewußtseins bei Einheimischen und Gästen

8.6.3 Grundlegende Maßnahmen

Nr.	Maßnahme	Strategie	Zuständigkeit	Priorität	Fristigkeit
1	Schaffung von Wander- und Spazierwegen in Bad Doberan für Kurgäste	1,2	BA	A	k
2	Vernetzung der örtlichen Grünflächen	1,2	BA	B	m
3	Einrichtung naturkundlicher Lehrpfade	1,2,3,6	BA	C	l
4	Biotopwanderungen	1,2,6	KV	C	m
5	geführte Wanderungen	1,2,5,6	KV, LT	C	k
6	Anbindung der Ausflugs-gaststätten durch Wander- und Radwege	2	BA	C	m

Nr.	Maßnahme	Strategie	Zuständigkeit	Priorität	Fristigkeit
7	Ausbau des örtlichen Radwegenetzes und Anbindung an das Umland	3	BA	B	k
8	Attraktives Angebot an Verleihstationen schaffen, dabei vorhandene Verleiher ansprechen	3	KV	B	k
9	Angebotskombination Molli - Fahrrad, Angebot auf Fahrplänen vermerken	3,5	Molli-GmbH	B	k
10	Mollistraße auch für Radfahrer öffnen	3	BA	C	k
11	Fahrradständer (mit einheitlichem, ortsbezogenem Design) in der Mollistraße und an wichtigen Sehenswürdigkeiten	3	BA	B	k
12	Entwicklung von themenbezogenen Tagestouren für Radfahrer	3,5	TFV KV	C	k
13	Auflage von Pauschalen, die den Radtourismus fördern	3,5	TFV KV	L	k
14	Zusammenarbeit mit Reitverein zur Ausarbeitung von Reitangeboten	4	KV	C	m
15	Ausarbeitung von gesundheitsbezogenen Reitangeboten	5	KV K	B	m
16	Erstellung einer Broschüre über umweltgerechtes Verhalten	2,6	KV	C	m

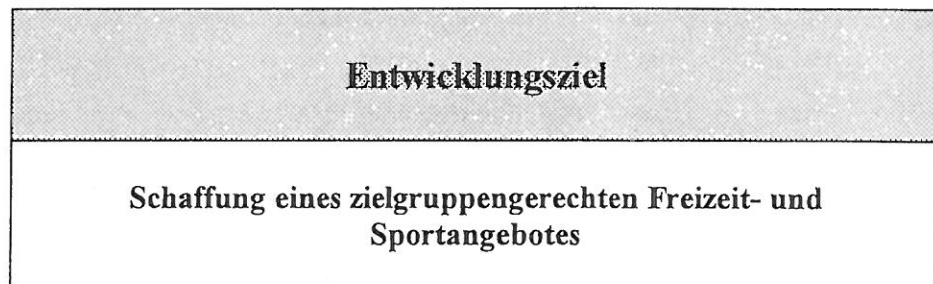
8.6.4 Angebotsbeispiele

- thematische Wanderungen:
 - Flora und Fauna im Kreis Bad Doberan
 - Heimische Kräuter und ihre Nutzung
 - Moor als Lebensraum und Heilmittel
 - Kulturland der Zisterzienser
 - Pilze sammeln im Herbst

- themenbezogene Radtouren
 - Radfahren und Gymnastik
 - Fitneßtraining für Radwanderer
- Reitangebote
 - Voltigieren: Entspannungs-Gymnastik zu Pferd
 - Aktive Regeneration: Der Ostsee-Ritt
- Pauschalen zur Förderung des Radtourismus
 - Mit Bahn und Rad in Doberan
 - Küstennatur und Hinterlandskultur - Radexkursionen ab Bad Doberan
- Thema Moor touristisch entwickeln
 - Moorwanderungen
 - „Tatort Moor“: Ökologisches Programm für Jugendliche
 - Herstellung eines kleinen Prospektes „Lebensraum Moor“

8.7 Sport- und Freizeitangebote

8.7.1 Entwicklungsziel



8.7.2 Entwicklungsstrategien

- Strategie 1: Erhalt und qualitativer Ausbau der bestehenden Sport- und Freizeiteinrichtungen
- Strategie 2: Förderung von unterhaltsamen und gesundheitsorientierten Sportangeboten

8.7.3 Grundlegende Maßnahmen

Nr.	Maßnahme	Strategie	Zuständigkeit	Priorität	Fristigkeit
1	Einbeziehung von Sportstätten in der Umgebung	1	KV LT	C	m
2	Bau von Kleinsportanlagen in Kurgebietsnähe	1,2	BA	B	m
3	Bau einer Schwimmhalle	1	I	B	m
4	Einbeziehung der lokalen und regionalen Sportvereine beim Aufbau des Angebotes	1,2	B, KV	B	m
5	Entwicklung von Sportangeboten für Kur- und Kulturgäste	2	KV	B	m

8.7.4 Angebotsbeispiele

- Kleinsportanlagen
 - Boule- bzw. Bocciabahn
 - Freiluftschach
 - Minigolf
- Sportangebote
 - Lauftreff
 - Squash
 - Tennis
 - Schwimmen

8.8 Organisation und Gästeservice

8.8.1 Entwicklungsziel

Entwicklungsziel
Aufbau einer professionellen Organisation des Fremdenverkehrs mit marktgerechten Dienstleistungen

8.8.2 Entwicklungsstrategien

Strategie 1: Gewährleistung qualitativer Serviceleistungen

Strategie 2: Gewährleistung umfassender Informationsmöglichkeiten für die Besucher

Strategie 3: Erhöhung der Wirtschaftlichkeit der städtischen Informationsarbeit

8.8.3 Grundlegende Maßnahmen

Nr.	Maßnahme	Strategie	Zuständigkeit	Priorität	Fristigkeit
1	Flexibilisierung der Öffnungszeiten der Informationsstelle entsprechend der Nachfrage	2	KV	B	k
2	Bereitstellung von Informationsmaterialien zu regionalen Angeboten	2	KV	B	k
3	Verkauf von Informationsmaterialien und Souvenirs in der touristischen Informationsstelle	3	KV	B	k
4	Herstellung von Bad Doberan-typischen Souvenirs; dabei Orientierung an den Ergebnissen des vorbildlichen „Souvenir-Wettbewerbes“	3	KA KV	B	k

Nr.	Maßnahme	Strategie	Zuständigkeit	Priorität	Fristigkeit
5	Info- und Verkaufspavillon auf bisherigem Busparkplatz einrichten	1,2,3	BA	B	K
6	Aufbau einer Datenbank, auf der Informationen zu Leistungen und Preisen der touristischen Angebotselemente gespeichert und jederzeit abrufbar sind	2	KV	C	m
7	Aktive Angebotspolitik durch Entwicklung, Verkauf und Veranstaltung zielgruppenspezifischer touristischer Angebote	1	KV	C	k
8	Entwicklung von Provisionsregelungen für die Vermittlung von Leistungen Dritter	3	KV	C	k
9	Organisation und Durchführung von Schulungsseminaren für Leistungsträger	1	KV	B	k
10	Regelmäßige Schulung der Mitarbeiter/innen der Infostellen	1	KV	C	p
11	Führen der Gästestatistik	3	KV	C	k

8.8.4 Anmerkungen zur Entwicklung der Organisationsstruktur

Im Hinblick auf eine strategische und damit auch langfristig erfolgsversprechende Positionierung auf dem Markt Gesundheitswesen und Kultururlaub ist es gerade unter Wettbewerbsgesichtspunkten erforderlich, Bad Doberan als Stadt mit eigener Identität zu vermarkten.

Voraussetzung hierfür ist, die kurspezifischen und touristischen Belange für Bad Doberan sowohl nach außen (Außenmarketing) als auch nach innen (Innenmarketing) optimal zu vertreten, zu entwickeln und umzusetzen.

In Anbetracht der wachsenden Anforderungen im Zusammenhang mit der Entwicklung des Tourismus sollte die Umwandlung der Kurverwaltung, die, dem Amt für Bildung, Kultur und Tourismus zugeordnet ist, in einen Eigenbetrieb in Betracht gezogen werden.

Die konkreten Aufgabenbereiche des Eigenbetriebes sollten anhand folgender Zielvorgaben definiert werden:

- Aufbau und Etablierung eines eigenständigen Images für Bad Doberan
- Steigerung des Bekanntheitsgrades der Stadt Bad Doberan durch die Entwicklung und Umsetzung geeigneter Marketingmaßnahmen
- Vertretung der touristischen Interessen (Lobbyarbeit) auf politischer Ebene
- Transparentes Innenmarketing im Rahmen einer dialogorientierten Informationspolitik, sowie Beratung, Sensibilisierung und Mobilisierung der Bevölkerung für touristische Belange
- Koordinierung, Abstimmung und Bündelung der touristischen Aktivitäten und Marketingmaßnahmen zwischen Entscheidungs- und den touristischen Leistungsträgern
- Beratung und Mitwirkung bei tourismusrelevanten Infrastrukturmaßnahmen und privaten Initiativen
- Gewährleistung einer optimalen Kommunikation zwischen regionaler und lokaler Ebene
- Intensivierung der Zusammenarbeit mit anderen Institutionen des Fremdenverkehrs und den Nachbarregionen

Einnahmemöglichkeiten könnten neben einem fixen Etat aus dem städtischen Haushalt folgende Bereiche sein:

- Kurtaxe (diese muß jedoch effizienter eingetrieben werden als bislang)
- Provision aus Zimmervermittlung, Souvenirverkauf etc.
- Kultur- und Freizeitveranstaltungen
- Marktwesen
- Parkplatzgebühren

9 Kommunikation

9.1 Außenmarketing

9.1.1 Entwicklungsziel

Entwicklungsziele
<p>Profilierung und Vermarktung der Kur- und Kulturstadt Bad Doberan über das Heilmittel Moor und das kulturhistorische Angebot</p>

9.1.2 Entwicklungsstrategien

Um Bad Doberan als Kurstadt mit attraktivem kulturhistorischem Umfeld zu entwickeln und eine langfristige Positionierung am Markt zu gewährleisten, ist der zielorientierte Einsatz des Marketing-Instrumentariums zwingende Voraussetzung. Insofern sind folgende Marketingbereiche als strategische Teilziele zu verfolgen:

- Strategie 1: Intensivierung der Marktforschungsaktivitäten
- Strategie 2: Förderung eines Corporate-Identity-Konzeptes
- Strategie 3: Erhöhung der Effektivität bei Werbeaktivitäten
- Strategie 4: Verstärkung einer kontinuierlichen Öffentlichkeitsarbeit
- Strategie 5: Aktive Verkaufsförderung
- Strategie 6: Entwicklung eines zielgruppengerechten Preis-Leistungsverhältnisses

9.1.3 Grundlegende Maßnahmen

- **Marktforschung**

Marktforschung ist die Grundlage für alle Aktivitäten innerhalb des Marketings, da erst die **Informationen über die Nachfrager** eine zielgruppenorientierte Ausrichtung des Marketing-Instrumentariums erlauben. Die Marktforschungsaktivitäten umfassen folgende Aufgabenbereiche:

- Aufbau einer Gästestatistik in touristischen
Schwerpunktbereichen
- Durchführung von Gästebefragungen
- Erhebungen auch im Innenmarketing-Bereich
(Erhebungen bei der Bevölkerung und den Betrieben. Defi-
zite, Probleme etc. identifizieren und ggf. entsprechende
Informationen zur Verfügung stellen; Beispiel: Umfrage per
Fragebogen bei Leistungsanbietern im Oktober 1996 zur
Vorbereitung der Workshops)

- **Corporate Identity-Konzept**

Entwicklung einer nach **innen und außen** gerichteten Corporate Identity, aufbauend auf der festgelegten Philosophie

Dazu gehören z.B.

- Identifikation aller am Entwicklungsprozeß Bad Doberans
Beteiligten mit dem Leitbild
- einheitliche Service- und Leistungsqualität
- einheitliche Darstellung Bad Doberans und seiner
Leistungsträger am Markt
- Integration aller (bzw. möglichst vieler) Leistungsträger in
das Konzept, d.h. beispielsweise, daß im Hausprospekt die
imageprägenden Elemente enthalten sein sollten

Die im Erscheinungsbild enthaltene Botschaft muß ein festes und
positives Image bei potentiellen Gästen erzeugen.

Vor allem muß ein einheitliches **Corporate Design**, das heißt die
visuelle Außendarstellung aufgebaut werden. Dies beinhaltet zum
einen ein **Logo** der Stadt Bad Doberan, zum anderen eine einheitli-
che und konstante gestalterische Linie in der gesamten Außendar-
stellung, die in den Basiselementen und Farben immer wiederkehrt.
Anpassungen können entsprechend dem Zeitgeist gemacht werden,
sie sollten allerdings immer nur kleine Veränderungen beinhalten.

- **Werbung**

- Beibehaltung der derzeitigen Linie des Prospektmaterials
- Herausgabe von Special-Interest-Prospekten (z.B. Kur)
- Abstimmung der Werbemaßnahmen von Kurklinik, der
Kurverwaltung, Kultur- und Tourismusvereinen und
sonstigen Verbänden

- Zusammenarbeit mit dem Regionalverband, der den Aufbau einer Vermarktungs-GmbH plant
- Herstellung eines einheitlichen Kultur- und Veranstaltungskalenders
- Erarbeitung einer Plakatserie, z.B. zum Thema Moor
- Herausgabe eines Gastgeberverzeichnisses, das zielgruppenrelevante Informationen integriert (z.B. Eignung der Unterkunft für ambulante Kurgäste und Kulturtouristen)
- Anzeigenwerbung
 - Redaktionell aufgemachte Beiträge, z.B. zu Gesundheit, Kultur, kulinarischen Angeboten
 - Anzeigen mit Rückantwort-Karte/-Coupon
 - Anzeigen mit Quiz oder sonstigen Anreizen (z.B. Wer prägte das Gesicht Bad Doberans? - Dem Gewinner winkt eine Beauty-Nacht im Romantik-Hotel)
- Durchführung von Werbeerfolgskontrollen. Hierbei können auch einfache Verfahren, wie z.B. die Nachfrage bei telefonischen Anfragen: „Wie sind sie auf Bad Doberan als potentiell Reiseziel gekommen“ Wirkung zeigen
- zielgruppenbezogene Plazierung der Werbemaßnahmen
 - z.B. Bewerbung der Kur- und Kulturgäste im Ballungsraum Berlin und Rostock, der Tagesausflügler in den Ostseebädern
 - nicht nur direkte, sondern auch indirekte Ansprache von Zielgruppen, z.B. Kunstvereine, Gesundheitsverbände etc.
 - jährliche Erstellung eines Mediaplanes
- **Öffentlichkeitsarbeit**
 - Durchführung einer umfassenden Pressearbeit (Presseinformationen- und einladungen, Pressekonferenzen und Teilnahme an Pressefahrten des Regional- oder Landesverbandes)
 - Rundfunkbeiträge in den zielgruppenspezifischen Quellgebieten
 - Veranstaltungen mit öffentlichkeitswirksamen Effekten, z.B. Ausschreibung von Wettbewerben, Durchführung von Podiumsdiskussionen zum Thema Moor und Gesundheit
 - Aufbau einer Journalistendatei
 - Politische Lobbyarbeit

- **Verkaufsförderung**
 - Ausarbeiten eines Messeplans (welche Messen werden durch wen - Stadt, Unternehmen etc.- besucht? Festlegung der Finanzierung)
 - Aktive Teilnahme an den wichtigsten touristischen Messen im Bundesgebiet (unter dem Dach des Regional- bzw. Landesverbandes z.B. ITB, Reisemessen in Hamburg, Stuttgart, Hannover, Essen)
 - Gezielte Verkaufsgespräche mit Reiseveranstaltern im Hinblick auf den Verkauf von Pauschalangeboten
 - Erarbeitung von Pauschalen, insbesondere für Busreiseveranstalter
 - Durchführung von Verkaufsaktionen in Berlin (z.B. Stadtteilmärkten) und auf Veranstaltungen in der Region

9.2 Innenmarketing

9.2.1 Entwicklungsziel

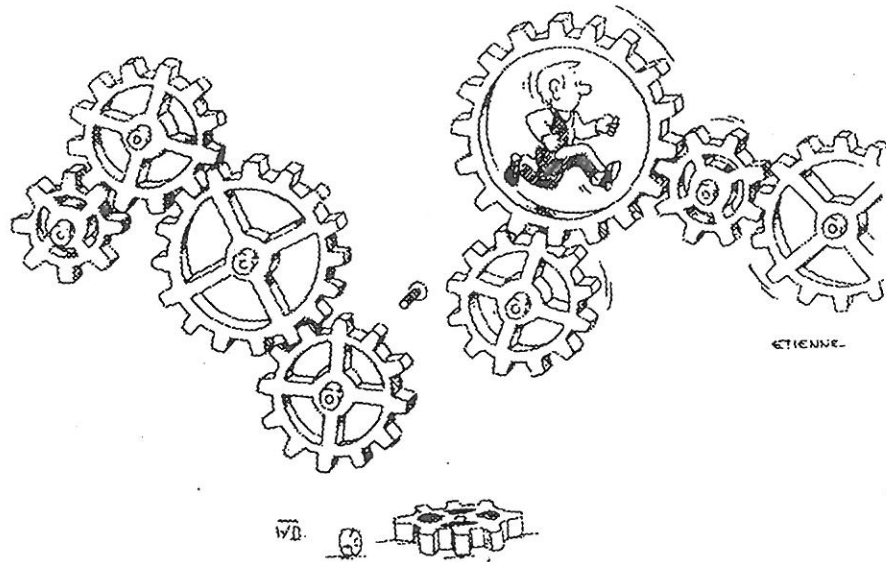
Entwicklungsziel
Schaffen eines touristischen Wir-Gefühls unter den Leistungsträgern und der Bevölkerung

9.2.2 Entwicklungsstrategien

- Strategie 1: Etablierung des Begriffes Kurstadt Bad Doberan bei Einheimischen und Gästen
- Strategie 2: Optimale Zusammenarbeit zwischen touristisch relevanten Gruppen und Institutionen
- Strategie 3: Förderung der Identität der kurstädtischen Bevölkerung
- Strategie 4: Qualifizierung der Leistungsträger

Innenmarketing ist das aktive Bemühen *aller* Verantwortlichen um die Unterstützung der Leistungsträger und die Koordination und Kooperation zwischen allen an der Erstellung des "Produktes Kur- und Kulturstadt Bad Doberan" Beteiligten (einschließlich der Bevölkerung).

In der Grafik wird deutlich, daß die Anstrengungen Einzelner oder weniger noch so groß sein können, das Gesamtsystem aber beim Ausfall nur eines Teiles nicht funktionieren kann. Genau dieser Sachverhalt gilt im Bereich des Kur- und Fremdenverkehrswesens.



Reppel + Partner 1997

Im Gegensatz zu Produktionsbetrieben ergibt sich im Kurwesen und dem Fremdenverkehr das Produkt aus einer Vielzahl von Dienstleistungen verschiedener Anbieter, die *alle zusammen* das Produkt „Kur- und Kulturort“ für den Gast/Kunden bereitstellen. Erst nach dem Empfang der Leistung wird der Kunde sein Bild über die Qualität der Leistungen formen. Vor dem Kauf kann das touristische Produkt auf seine Qualitäten nicht überprüft werden.

Deshalb muß im Bereich der Fremdenverkehrs das Produkt durch die verschiedenen Beteiligten intern abgestimmt werden. Hieraus ergibt sich ein hoher Koordinationsaufwand zwischen allen Beteiligten.

An der Gestaltung des Gesamtproduktes, d.h. am Innenmarketing, sind verschiedene Organisationen/Personen beteiligt:

- Amt für Bildung, Kultur und Tourismus (mit Kurverwaltung)
- Bauamt
- Tourismusförderverein
- Handwerker- und Gewerbeverein
- Politiker (als kommunale und regionale Entscheidungsträger)
- Ebel-Klinik
- Verkehrsunternehmen
- Kulturvereine, Künstler
- Hoteliers
- Gastronomen
- Ferienwohnungs- und Privatvermieter
- Zimmervermittlung Marten
- Presse
- Banken
- Münster
- Bürger
- örtliche Unternehmer, die nur indirekt vom Tourismus betroffen sind
- sonstige Vereine

9.2.3 Grundlegende Maßnahmen

- Aufhebung der Einzelegoismen der Beteiligten
 - Aufklärungsveranstaltungen über die Wichtigkeit der Zusammenarbeit im Ort mit allen Beteiligten unter Führung des Amtes für Bildung, Kultur und Tourismus, dem Tourismusförderverein und dem Regionalverband.
 - Besichtigungsaktionen in den Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben der Stadt, um
 - ein besseres Kennenlernen zu ermöglichen ("Wir-Gefühl" schaffen)
 - Informationen über individuelle Ideen und Probleme auszutauschen
 - Anmerkungen und Verbesserungsvorschläge zu machen.
 - Auf lokaler Ebene gemeinsame Saisonöffnungs- und Abschlußfeiern mit allen Beteiligten
 - Auf regionaler Ebene jährliche Veranstaltung eines Marketingtages „mecklenburgische Ostseeküste“ an wechselnden Standorten
 - Gemeinsame Ausflüge in bekannte Fremdenverkehrsregionen und dortige Besichtigungen, um
 - neue Angebotsformen aufzuspüren
 - eigene Schwächen zu identifizieren (z.B. Qualitätsmängel)
 - Ständiger Informationsfluß zwischen Tourismusförderverein und Stadtverwaltung
- Erhöhung des Engagements der Leistungs- und Entscheidungsträger
 - Einrichtung eines Offenen Forums Tourismus zur stärkeren Einbeziehung der Beteiligten in die Entscheidungsprozesse und um die Transparenz der Ziele und Strategien zu erhöhen. Basis hierzu bilden die während der Arbeit am Kurortkonzept durchgeführten Workshops.
 - Infobrief an die Gastgeber und sonstigen Beteiligten
 - Übermittlung aktueller, statistischer Informationen, Trends in aufbereiteter Form im Rahmen des Infobriefes an die Gastgeber
 - Bedeutung des Tourismusfördervereins stärken: Werbung aller Leistungsträger zur Mitarbeit

- Veranstaltung von Wettbewerben
 - . Gastgeber des Monats
 - . Fotowettbewerbe
("Die schönsten Flecken Bad Doberans")
 - . Menü des Monats
 - . Gastveranstaltung des Monats
 - . Gesundheitsidee des Monats
 - Einrichtung einer permanenten Ideenbörse für Einheimische und Gäste
 - Auch kleine Erfolge der Kooperation lobend in der Presse erwähnen
- Herstellung einer positiven Einstellung der Bürger zum Tourismus
 - Informationsveranstaltungen über Ziele, Vorteilhaftigkeit und den Entwicklungsstand des Fremdenverkehrs
 - . monetäre Vorteile für die Beteiligten
 - . Verbesserung des Freizeitwertes für die Bevölkerung
 - . Verbesserung der allgemeinen Infrastruktur durch erhöhte Steuereinnahmen
 - durch die örtliche Presse über die wirtschaftliche Bedeutung des Fremdenverkehrs für die Weiterentwicklung Bad Doberans informieren.

10 Schlußbetrachtung / Weitere Vorgehensweise

Mit der Kurortentwicklungskonzeption für Bad Doberan liegt nunmehr ein umsetzungsorientierter Handlungsleitfaden für die weitere kurörtliche Entwicklung bzw. für den Weg zur endgültigen Anerkennung des Prädikates „Staatlich anerkanntes Heilbad“ vor. Trotz der zu tätigen Investitionen und der durch die Sparmaßnahmen der Bundesregierung im Gesundheitsbereich schwieriger werdenden Rahmenbedingungen überwiegen bei der Abwägung die Chancen der Kurortentwicklung die damit verbunden Risiken. Möglicherweise muß der Kurortstatus bei Nichterfüllung einiger Anforderungen 1997 für einige Zeit abgegeben werden, doch ändert dies nichts an der grundsätzlichen Zielstellung.

Kurortentwicklung ist immer prozeßorientiert, insofern bildet die Erarbeitung der Konzeption lediglich eine Etappe im Hinblick auf die weitere kurörtliche Entwicklung Bad Doberans. Dies bedeutet:

- die Projektarbeit muß kontinuierlich weitergeführt werden, auch wenn mit der Vorlage des Berichtsbandes dem Projekt formal vorläufig ein Ende gesetzt ist
- Kurortentwicklung ist kein Selbstläufer, sondern lebt von den Initiativen vor Ort. In diesem Sinne ist es nicht nur erforderlich, die gemeinsam erarbeiteten Maßnahmen umzusetzen und neue Initiativen zu beginnen. Um ein Höchstmaß an Synergieeffekten zu erzielen, gilt es, die Kräfte zu bündeln und Prioritäten zu setzen. Dem Rechnung tragend, sollten vorrangig die bereits definierten Projekte vorangetrieben werden

Im Rahmen der Arbeit wurde ein erheblicher Bedarf an Kommunikation und Zusammenarbeit zwischen den touristischen Leistungs- und Entscheidungsträgern festgestellt. Arbeitsgruppensitzungen und Workshops bildeten den Auftakt hierfür.

Die in der Kurortkonzeption definierten Strategien und Maßnahmen können nur bei einer gemeinsamen Vorgehensweise der Verantwortlichen realisiert werden. Als Arbeitsform für die Weiterentwicklung der Konzeptionen sowie die Abstimmung und Realisierung der Maßnahmbündel wird die Bildung eines **Forums für Kurortentwicklung** vorgeschlagen. Dies setzt sich aus Vertretern der Leistungsanbieter und der städtischen Verwaltung zusammen.

Die kooperative Arbeitsweise dient sowohl der Bündelung des vor Ort vorhandenen Expertensachverständes als auch einer frühzeitigen Einbindung der örtlichen (und ggf. regionalen) Entscheidungsträger. Sie kann dazu beitragen, daß

- wichtige Initialzündungen gegeben werden
- ein interdisziplinärer Austausch ermöglicht wird und kreative Ideen entstehen
- die Akzeptanz wesentlich vergrößert wird
- die Umsetzung einzelner Maßnahmen erhöht wird
- die Diskussion kontroverser Themen versachlicht wird

- aktive Bürgerbeteiligung ermöglicht wird
- Hilfe zur Selbsthilfe initiiert wird
- hohe Transparenz geschaffen und große Akzeptanz bei den am Tourismus beteiligten Stellen geweckt wird
- Fördermöglichkeiten besser aufgezeigt und genutzt werden

- 1 Maßnahmen zur Verbesserung der Verkehrssituation
- 2 Kurpark
- 3 Beispiel Kompaktkur für Frauen
- 4 Gesundheitsbildungsprogramme
- 5 Gesundheitsangebote in Beherbergungsbetrieben
- 6 Kurgerechtes Speiseangebot im Gastgewerbe
- 7 Qualitätssteigerung im privaten Gastgewerbe
- 8 Haus des Gastes
- 9 Attraktivierung des Bahntourismus
- 10 Bad Doberan: Tagesausflugsziel für Passagiere der Kreuzfahrtschiffe
- 11 Thematische Stadtführungen
- 12 Kreativkurse
- 13 Bad Doberaner Literaturtage
- 14 Mundart-Festival
- 15 Wanderreiten
- 16 Bibliothek für Gäste
- 17 Qualifizierung der Leistungsträger
- 18 Kurkurier - Informationsmedium einer Kurstadt
- 19 Ärzterwerbung zur Kur

Priorität:

A	B	C
---	---	---

Fristigkeit

k	m	l
---	---	---

Zuständigkeit:

- Amt für Bildung, Kultur und Tourismus
- Kurverwaltung
- Tourismusförderverein
- andere Ämter
- _____
- _____
- Vereine
- _____
- _____
- Leistungsträger
- _____
- _____
- Sonstige
- _____
- _____

Investitionskosten

h	m	n
---	---	---

ifd. Kosten:

h	m	n
---	---	---

Erfolgserwartung

h	m	n
---	---	---

Ausgangssituation

Die Atmosphäre in Bad Doberan wird entscheidend von der Verkehrssituation geprägt. Die hohe Belastung des Ortes durch den Kfz-Verkehr steht dem Erholungscharakter eines Kur- und Fremdenverkehrsortes entgegen.

Durch das Mecklenburgische Ingenieurbüro für Verkehrsbau GmbH wurde ein Gesamtverkehrskonzept erarbeitet, das grundsätzliche Entwicklungslinien für die Lösung des Verkehrsproblems aufzeigt.

Idee

Die verkehrliche Entwicklung sollte dem angestrebten Heilbad-Status über die Ausarbeitung entsprechender Maßnahmen im vollem Umfang Rechnung tragen. Die Verbesserung der Verkehrssituation erhöht nicht nur die Aufenthaltsqualität für Kurgäste und Touristen sondern trägt auch entscheidend zur Steigerung der Lebensqualität der Bevölkerung bei. Darüber hinaus wird sich die mit einer verkehrlichen Beruhigung - v.a. auch des Innenstadtbereiches - verknüpfte Attraktivitätssteigerung Bad Doberans auch im Einzelhandels- und Dienstleistungsgewerbe wirtschaftlich auszahlen.

Empfehlungen

Die Bedürfnisse von Fußgängern und Fahrradfahrern sollten bei der Umsetzung des Verkehrskonzeptes konsequent berücksichtigt werden. Insofern empfiehlt sich die Realisierung folgender, die Straßenbauprojekte flankierenden Maßnahmen:

- Verkehrsregelnde Maßnahmen
 - Tempo 30-Zonen
 - Verkehrsberuhigung (z.B. Fußgängerzone; für Fremdenverkehrsorte unentbehrlich)
 - Parkraumbewirtschaftung, d.h. in der Innenstadt nur Kurzparkzonen
 - Zufahrtsbeschränkungen
 - Zeitliche Fahrverbote für LKW, Motorräder
- Verkehrstechnische Maßnahmen
 - Parkleitsysteme
 - Vorrang des ÖPNV vor Individualverkehr
 - eindeutige Ausweisung von Fußgänger- und Radwegen
 - Signalanlagen und Abbiegespuren

Priorität:

<input checked="" type="checkbox"/>	B	C
-------------------------------------	---	---

Fristigkeit

<input checked="" type="checkbox"/>	m	l
-------------------------------------	---	---

Zuständigkeit:

- Amt für Bildung, Kultur und Tourismus
- Kurverwaltung
- Tourismusförderverein
- andere Ämter
Bauamt

Vereine

Leistungsträger

Sonstige

Investitionskosten

<input checked="" type="checkbox"/>	m	n
-------------------------------------	---	---

ffid Kosten:

h	m	<input checked="" type="checkbox"/>
---	---	-------------------------------------

Erfolgsbewertung:

<input checked="" type="checkbox"/>	m	n
-------------------------------------	---	---

- **Fahrzeugtechnische Maßnahmen**
 - Lärmarme und schadstoffreduzierte Fahrzeuge (z.B. Baumaschinen, Lkws),
 - Elektro-Fahrzeuge

- **Organisatorische Maßnahmen**
 - Anrufsammeltaxi (bei erhöhter Gästefrequenz)
 - Förderung Anreise mit dem Zug, Erarbeitung Pauschalen mit DB
 - Zusammenarbeit mit Nachbarorten, damit das Tagesausflugsziel Bad Doberan nicht nur mit dem PKW angefahren wird
 - Werbung für eine Anreise in öffentlichen Verkehrsmitteln
 - kontinuierliche Aufklärung und Öffentlichkeitsarbeit in Sachen Verkehr

- **Sonstiges**
 - Serviceeinrichtungen für nichtmotorisierte Gäste: Fahrradverleih, Stadtfahrrad (mehrere Stationen in der Stadt), Zubringerdienste, Rufbus/Ruftaxi
 - vorgelagerte Parkplätze am Ortseingang mit Umsteigen auf nichtmotorisierte Verkehrsmittel (insbesondere für Besucher des Münsters)

Der Verkehrsausschuß sollte beispielhafte Orte und Regionen aufsuchen, um sich über Möglichkeiten zu informieren.

Beispiele: Landkreis Grevesmühlen (Referenzprojekt M-V, Umweltbundesamt)
Bad Reichenhall (Modellvorhaben Umweltbundesamt) u. a.

Priorität:

A	B	C
---	---	---

Fristigkeit:

k	m	l
---	---	---

Zuständigkeit:

- Amt für Bildung, Kultur und Tourismus
- Kurverwaltung
- Tourismusförderverein
- andere Ämter
- _____
- _____
- Vereine
- _____
- _____
- Leistungsträger
- _____
- _____
- Sonstige
- _____
- _____

Investitionskosten:

h	m	n
---	---	---

ffd. Kosten:

h	m	n
---	---	---

Erfolgserwartung:

h	m	n
---	---	---

Ausgangssituation

In Bad Doberan gibt es bislang keinen Kurpark. Entsprechend der mit dem Prädikatstitel „Heilbad“ verknüpften Bestimmungen bildet der Kurpark allerdings einen Teil der kurspezifischen Infrastruktur. Insofern ist die Anlage eines Kurparkes in Bad Doberan für die Anerkennung des Prädikates notwendig.

Ziel

Mit der Anlage des Kurparkes sollten mehrere Teilziele verfolgt werden:

1. Die Voraussetzung für die Anerkennung Bad Doberans als „Staatlich anerkanntes Heilbad“ sollen mit Anlage des Kurparkes geschaffen werden.
2. Der Kurpark sollte ein attraktives Bindeglied zwischen dem Kurbereich „Neues Moorbad“ und der Innenstadt bilden.
3. Mit der räumlichen Vernetzung soll die Basis für die Entwicklung wirtschaftlicher Synergieeffekte zwischen Stadt und Klinik (Kurgäste als stabile Nachfragegruppe, Attraktivitätssteigerung des Kuraufenthaltes) geschaffen werden.
4. Über eine entsprechende Gestaltung der Parkanlage sollte das Angebot an naturnahen Freizeit- und Kulturaktivitäten erhöht werden.
5. Die Aufenthalts- und Lebensqualität soll für Gäste und Bevölkerung mit dem Kurpark gesteigert werden.

Standortempfehlung

In Bad Doberan gibt es *den* idealen Standort für einen Kurpark nicht. Die Bewertung der Standortalternativen (siehe anschließende Nutzwertanalyse) zeigt jedoch, daß das Gebiet am alten Moorbad der günstigste Standort ist. Kritischer Punkt hier ist allerdings der hohe Verkehrslärm, verursacht v.a. durch die B 105.

Bei genauer Analyse des zu diesem Standort vorliegenden Lärmgutachtens der Firma LIMES und nach Rücksprache mit den Verfassern des Gutachtens wird jedoch deutlich, daß die kritischen Zonen nur am Rand des Geländes, insbesondere an der Kreuzung Schwaaner Chaussee und Kröpeliner Straße liegen. Durch Maßnahmen wie Schallschutzwände, Bepflanzung, Bau von Arkaden oder eines Gastronomiebetriebes kann der Lärmpegel, der nur nachts über der zulässigen Norm liegt, deutlich reduziert werden.

Bad Doberan besitzt kein eigenes Kurmittelhaus und sollte daher bei der Verabreichung ambulanter Kuren mit der Ebel-Klinik zusammenarbeiten. Neben den historischen Bezügen durch das „alte Moorbad“ ist ein wichtiges Argument für den Standort die dadurch erzielte Verbindung der Stadt mit den Kureinrichtungen (Ebel-Klinik). Der Park stellt somit ein wichtiges Instrument

Priorität:

<input checked="" type="radio"/> A	<input type="radio"/> B	<input type="radio"/> C
------------------------------------	-------------------------	-------------------------

Früristigkeit:

<input checked="" type="radio"/> k	<input type="radio"/> m	<input type="radio"/> l
------------------------------------	-------------------------	-------------------------

Zuständigkeit:

Amt für Bildung, Kultur und Tourismus

Kurverwaltung

Tourismusförderverein

andere Ämter

Bauamt

Vereine

Leistungsträger

Sonstige

Investitionskosten:

<input checked="" type="radio"/> h	<input type="radio"/> m	<input type="radio"/> n
------------------------------------	-------------------------	-------------------------

ffd. Kosten:

<input type="radio"/> h	<input checked="" type="radio"/> m	<input type="radio"/> n
-------------------------	------------------------------------	-------------------------

Erfolgserwartung:

<input checked="" type="radio"/> h	<input type="radio"/> m	<input type="radio"/> n
------------------------------------	-------------------------	-------------------------

Bad Doberan

Kurpark

Maßnahme: 2

Blatt: 2

dar, ein „Kurghetto“ zu verhindern und dadurch den Kurbetrieb in das städtische Leben zu integrieren. Den Gästen der Kurklinik wird der Weg in die Stadt erleichtert und damit kommt es zu wichtigen Einnahmemöglichkeiten für Doberaner Gewerbetreibende. Auch wird der Weg für private Kurgäste, die ambulante Behandlungen in der Klinik wahrnehmen, deutlich aufgewertet. Dies trägt zu einer Verbesserung des kurörtlichen Charakters der Stadt bei.

Falls eine Übereinkunft mit der Ebel-Klinik für die Durchführung ambulanter Kuren erzielt werden kann, braucht die Stadt derzeit kein eigenes Kurmittelhaus. Dies kann jedoch langfristig sinnvoll sein. Der Standort verfügt mit dem alten Moorbad bereits über ein attraktives Gebäude, das sich durch seinen Charakter nicht nur gut in einen Kurpark einfügt und diesen aufwertet, sondern auch als Kurmittelhaus, evtl. in Zusammenarbeit mit der Ebel-Klinik, genutzt werden kann.

Die Ebel-Klinik hat bereits 1994 ein Gutachten für einen Kurpark am alten Moorbad in Auftrag gegeben. Diese Pläne könnten aufgegriffen und so in relativ kurzer Zeit mit dem Bau begonnen werden.

Funktionen

Die Funktionen eines Kurparkes sind vielfältig. Primär sollen sie als naturnah gestalteter Raum den Genesungsprozeß der Kurgäste unterstützen. Darüber hinaus dient der Kurpark der Erholung der einheimischen Bevölkerung, der Tagesausflügler und Kurzurlauber. Entsprechend der Bedürfnisstruktur der Besucher sollte der Kurpark als Raum

- zur Erholung
- zur aktiven Gesundheitspflege
- zur Unterhaltung und Kommunikation
- zur spielerischen Freizeitbetätigung

fungieren. Um der spezifischen Gästestruktur in Bad Doberan gerecht zu werden, sollte der Kurpark auch verstärkt als Kulturraum über die Ausarbeitung entsprechender Angebotsstrukturen genutzt werden.

Gestaltungsempfehlung

Unter Berücksichtigung der Funktionen des Kurparkes und der naturräumlichen Gegebenheiten sollten folgende Kriterien bei der Gestaltung des Parkareals berücksichtigt werden:

- Art und Form der Wegeführung
 - Anlage eines interessanten, verästelten und funktionsgerechten Wegesystems (z.B. Radial- und Sternsystem, Netzsystem)
 - eindeutige Beschilderung

Priorität:

A	B	C
---	---	---

Früchtigkeit:

k	m	l
---	---	---

Zuständigkeit:

- Amt für Bildung, Kultur und Tourismus
- Kurverwaltung
- Tourismusförderverein
- andere Ämter

- Vereine

- Leistungsträger

- Sonstige

Investitionskosten

h	m	n
---	---	---

ffid Kosten:

h	m	n
---	---	---

Erfolgsverwartung

h	m	n
---	---	---

- behindertenfreundliche Wegegestaltung
 - Hauptwege und Intensivbereiche mit witterungsunabhängigem Belag
 - Anlage von Wegen für Terrainkuren und Lehrpfade (z.B. „Rücken- und Gehschulen-Kurweg“, „regionaltypische Flora und Fauna“)
 - Spaziergänge sollen auf den Wegen für mindestens 30 min möglich sein, durch Vernetzung mit anderen Wegen bis eine Stunde
- Vielgestaltigkeit
- Landschaftliche, naturnahe Gestaltung
 - Thematische Ausrichtung von Gartenteilen (z.B. Ostseegarten, Heilgarten)
 - Anlage eines Teiches, Integration von Wasserspielen (z.B. Brunnenplätze)
- Kommunikationsplätze
- Schaffung eines gesellschaftlichen und kommunikativen Mittelpunktes (z.B. Veranstaltungsort für Kurkonzerte, Tanzveranstaltungen, Freiluftkino, gesellige Treffen)
 - Ausgestaltung reizvoller Aussichtspunkte mit Bänken, sonstigen Ruheplätzen
 - geeignete Ruhepunkte (Liegewiese)
- Sport- Spiel-, Kultur- und Unterhaltungsangebote
- Schach
 - Boccia
 - Freiluftkegeln
 - Tischtennis
 - naturnaher Abenteuer- und Kinderspielplatz
 - Einrichtung eines Steinbackofens zum Brot backen
 - Winter-Walzer Tanztee (auch im Freien) etc.

Priorität:

A	B	C
---	---	---

Fristigkeit

k	m	l
---	---	---

Zuständigkeit:

- Amt für Bildung, Kultur und Tourismus
- Kurverwaltung
- Tourismus-förderverein
- andere Ämter
- _____
- _____
- Vereine
- _____
- _____
- Leistungsträger
- _____
- _____
- Sonstige
- _____
- _____

Investitions-kosten

h	m	n
---	---	---

lfd. Kosten:

h	m	n
---	---	---

Erfolgserwartung

h	m	n
---	---	---

Vergleichende Bewertung der alternativen Kurparkstandorte (Nutzwertanalyse)

Kriterien	Alternative Standorte												
	Auffallstraße Heiligendamm		Kloster- gelände		Am Kamp		Moorbad - Altbau		Moorbad - Neubau		Kollbruch- wiese		
G	E	GxE	E	GxE	E	GxE	E	GxE	E	GxE	E	GxE	E
Nähe zur Kurzzone (Reha)	4	1	4	1	4	2	8	3	12	4	16	3	12
Verbindung Kurzzone - Stadt	4	1	4	2	8	2	8	4	16	1	4	3	12
Parkähnlicher Charakter / geringe Investitionskosten	3	1	3	4	12	3	9	2	6	1	3	1	3
Ruhe / wenig Schadstoffe	4	2	8	1	4	1	4	2	8	3	12	4	16
keine Verhind. alternat. Nutzungen	2	3	6	1	2	1	2	3	6	4	8	3	6
kein Fremdkörper in Umgeb.	3	1	3	3	9	3	9	4	12	4	12	1	3
Größe/Erweiterungsmögl.	1	3	3	3	3	1	1	3	3	3	3	3	3
geringes Relief	4	4	16	4	16	4	16	4	16	1	4	4	16
Gesamtpunktzahl			47		58		59		79		65		71
Rang			6		4		5		1		3		2

Legende: G = Gewichtung (je nach Bedeutung für Standortwahl); E = Erreichungsgrad; Punkteskala von 1 bis 4

Ausgangssituation

Mit der Eröffnung des neuen Moorbades im Oktober 1996 können in Bad Doberan auch ambulante Kuren durchgeführt werden. Durch eine Kompaktkur wird die Qualität der ambulanten Kur über die ganzheitliche, indikationsspezifische Ausrichtung und straffe zeitliche Organisation verbessert.

Idee

Bad Doberan sollte auf Grundlage des vorhandenen Heilmittels „Moor“ eine spezielle Kompaktkur für Frauen ausarbeiten. Neben einer qualitativen Entwicklung des kurspezifischen Angebotes bietet die Kompaktkur die Möglichkeit Bad Doberan über das Heilmittel Moor auf dem Kur- und Gesundheitssektor zu profilieren. Darüber hinaus ist die Nachfrage nach Frauen-Kuren steigend.

Empfehlungen

• Therapieformen

Entsprechend des ganzheitlich orientierten Ansatzes sollte die Frauen-Kompaktkur Elemente aus folgenden Bereichen umfassen:

- Balneotherapie (Moor)
- Physikalischen Therapie (z.B. Massage)
- Bewegungstherapie (z.B. Krankengymnastik, Terrainkuren)
- Ernährungstherapie (z.B. Diätseminare, Kochkurse in Lehrküchen)
- Entspannungstherapie (z.B. autogenes Training)
- Psychotherapie (z.B. Verhaltenstherapie für Risikogruppen, Vermittlung von Techniken zur Konflikt-, Streßbewältigung)
- Gesundheitserziehung

• Indikationen

Eine indikationsbezogene Ausrichtung der Bad Doberaner Frauen-Kompaktkur könnte z.B. folgende physische Krankheits- und Beschwerdeformen berücksichtigen:

- Wechseljahrsbeschwerden
- Beschwerden nach gynäkologischen Operationen
- Verbesserung des praemenstruellen Syndroms
- Harninkontinenz
- Erschöpfungszustände
- Beschwerden nach Brustkrebsoperationen

Priorität:

(A) (X B) (C)

Fristigkeit:

(k) (X m) (l)

Zuständigkeit:

- Amt für Bildung, Kultur und Tourismus
- Kurverwaltung
- Tourismusförderverein
- andere Ämter

- Vereine

- Leistungsträger

Klinik

gastgewerbe

- Sonstige

Badeärzte

Investitionskosten:

(h) (m) (X)

ifd Kosten:

(h) (m) (X)

Erfolgserwartung:

(X) (m) (n)

- Unfruchtbarkeit
- chronische Eierstockentzündung
- Sexualstörungen

Darüber hinaus sollte die Behandlung zur Steigerung des allgemeinen Wohlbefindens über therapeutische Maßnahmen zur Stabilisierung des Hormonhaushaltes, des vegetativen Gleichgewichtes und des psychischen Befindens beitragen. Das Erlernen von positiver Körperwahrnehmung, Entspannungstechniken und Handlungskompetenz („Hilfe zur Selbsthilfe“) sollten einen integralen Bestandteil der Kompaktkur bilden.

• **Umsetzung**

Bei der Ausarbeitung der Bad Doberaner Kompaktkur müssen folgende Anforderungen erfüllt werden (gemäß §4 Abs. 1 des neuen Kurarztvertrages):

- Indikationsspezifische Ausrichtung der Kompaktkur
- Seminarartige Durchführung in stabilen Gruppen mit max. 15 Patienten und Gruppenleitung
- Strukturierte Therapiekonzepte mit mulitdisziplinärem Ansatz
- Interdisziplinäre Therapiezirkel

Insofern sollten folgende umsetzungsrelevanten Schritte vollzogen werden:

- Einrichtung einer interdisziplinären Arbeitsgruppe, die sich aus einem Vertreter der Kurverwaltung, Bade- und Fachärzten und sonstigen therapeutischen Fachkräften zusammensetzt. Um eine kurspezifische Ausrichtung der Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe zu gewährleisten, sollten bestenfalls auch Leistungsträger aus dem Gastgewerbe in die Erarbeitungsphase der Kompaktkur miteinbezogen werden.
- Erarbeitung eines Therapiekonzeptes
- Genehmigung der Kompaktkur bei der kassenärztlichen Vereinigung Westfalen-Lippe, Dortmund
- Professionelle Vermarktung z.B. über
 - die Auflage einer informativen Broschüre zur Kompaktkur (indikationsbezogenen Ausrichtung, Leistungen, zeitliche Organisation, Anmeldeformalitäten, Kostenerstattung etc.
 - Information von Ärzten
 - Presseberichten

Priorität:

A	B	C
---	---	---

Fristigkeit:

k	m	l
---	---	---

Zuständigkeit:

- Amt für Bildung, Kultur und Tourismus
- Kurverwaltung
- Tourismusförderverein
- andere Ämter
- _____
- _____
- Vereine
- _____
- _____
- Leistungsträger
- _____
- _____
- Sonstige
- _____
- _____

Investitionskosten

h	m	n
---	---	---

ffid Kosten:

h	m	n
---	---	---

Erfolgserwartung

h	m	n
---	---	---

Ausgangssituation

Die ökonomische Bedeutung ambulanter Kuren wird angesichts des zu erwartendem Rückgangs bei stationären Kuren wachsen. Allerdings sollen in nächster Zukunft ambulante Kuren nur noch in den Orten durchgeführt werden, die gesundheitsfördernde Programme anbieten. Diese Regelung ist Bestandteil des neuen Kurarztvertrages.

Insofern wird das Vorhandensein qualitativer und indikationsbezogener Gesundheitsprogramme Grundlage für die Durchführung ambulanter Kuren.

Idee

Über die Ausarbeitung qualitativer Gesundheitsprogramme sollen die auf Gesetzeswegen geforderten Voraussetzungen zur Durchführung ambulanter Kuren geschaffen und die Attraktivität Bad Doberans als Kurort erhöht werden.

Empfehlungen

Ziele der Gesundheitsprogramme, die als kurintegrierte Maßnahmen ihren Niederschlag in der ambulanten Kur finden sollten, sind:

- dynamisches Gesundheitsverständnis zu fördern,
- die Restgesundheit zu stärken,
- das Wohlbefinden zu steigern,
- Möglichkeiten der Selbsthilfe aufzuzeigen,
- Gesundheitsfaktoren zu erkennen,
- zu aktiven, individuellen und gesunden Verhaltensänderungen zu motivieren.

Um geeignete Programme auszuarbeiten, sollten folgende Fragen geklärt werden:

- Welche Gesundheitsfördermaßnahmen sind in Bezug auf die Indikationsschwerpunkte der Kuren in Bad Doberan erforderlich?
- Welche Gesundheitsförderprogramme sollten in Hinblick auf das ganzheitliche Ziel dem Wohlbefinden und der Gesundheit des „ganzen“ Menschen zu dienen, angeboten werden?
- Welche Programme empfehlen die Krankenkassen?
- Welche Fachliteratur und Bücher empfehlen im Zusammenhang mit bestimmten Indikationen und ganzheitlichem Gesundheitstraining welche Therapieinhalte?
- Welche Therapieformen verfolgen indikationsbezogene Selbsthilfegruppen?

Priorität:

<input checked="" type="radio"/> A	<input type="radio"/> B	<input type="radio"/> C
------------------------------------	-------------------------	-------------------------

Fristigkeit:

<input type="radio"/> k	<input checked="" type="radio"/> n	<input type="radio"/> l
-------------------------	------------------------------------	-------------------------

Zuständigkeit:

Amt für Bildung, Kultur und Tourismus

Kurverwaltung

Tourismusförderverein

andere Ämter

Vereine

Leistungsträger

Klinik

Badeärzte

Sonstige

Vollstreckendruck

Kunstverein

Investitionskosten

<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> m	<input checked="" type="radio"/> n
-------------------------	-------------------------	------------------------------------

ifd Kosten:

<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> m	<input checked="" type="radio"/> n
-------------------------	-------------------------	------------------------------------

Erfolgserwartung

<input type="radio"/> h	<input checked="" type="radio"/> n	<input type="radio"/> l
-------------------------	------------------------------------	-------------------------

- Welche Berufsgruppen sollten bei der Ausarbeitung und Durchführung von Gesundheitsprogrammen mitarbeiten (z.B. Mediziner, Psychologen, Pädagogen, Physiotherapeuten, Yogalehrer)?
- Welche Fachkräfte stehen in Bad Doberan zur Verfügung?
- Welche Räumlichkeiten bieten sich für die Durchführung der Programme an?
- Welche Kosten werden für die Programme veranschlagt?
- Wie soll die Anmeldung und Abrechnung erfolgen?
- Wie können die Programme in die aktuellen Marketingmaßnahmen der Stadt integriert werden?
- Welche Form der Information über die Gesundheitsprogramme soll gewählt werden ?
- Wer übernimmt die Gesamtorganisation?

Konkret könnte ein Angebot folgendermaßen aussehen:

- Seminar- und Kursangebote in Kooperation mit Volkshochschule, Krankenkassen, Ebel-Klinik u.a. entwickeln. Mögliche Themen:
 - Kochkurse: Vollwertkost, kalorienreduzierte Kost, Richtige Ernährung bei Rheuma u. a.
 - Entspannungstechniken (autogenes Training)
 - Wirbelsäulengymnastik
 - Gesünder leben
 - Heimische Kräuter und ihre Nutzung (evtl. verbunden mit einer Wanderung oder Radtour)
- Geführte Wanderungen und Radtouren in die Umgebung
- Pauschalangebote zu den Themen Gesundheit und Kultur
 - "Gesund in den Frühling"
 - "Literatur-Wochenende"
 - "Fit wie ein Klosterbruder"

Priorität

A	B	C
---	---	---

Fristigkeit

k	m	l
---	---	---

Zuständigkeit:

- Amt für Bildung, Kultur und Tourismus
 - Kurverwaltung
 - Tourismusförderverein
 - andere Ämter
- _____
- _____

- Vereine
- _____
- _____

- Leistungsträger
- _____
- _____

- Sonstige
- _____
- _____

Investitionskosten

h	m	n
---	---	---

ifd Kosten:

h	m	n
---	---	---

Erfolgserwartung:

h	m	n
---	---	---

Ausgangssituation

Beherbergung- und Gastronomiebetriebe sind integraler Bestandteil der kur-spezifischen Infrastruktur. Gerade im Hinblick auf das Ziel, die ambulante Kur und den Gesundheitssektor neben der stationären Kur zu einem Wirtschaftsstandbein auszubauen, kommt der Entwicklung des Gastgewerbes eine besondere Bedeutung zu.

Ein leistungsfähiges Gastgewerbe zeichnet sich durch seine Service- und Zielgruppenorientierung aus. Insofern gilt es, Angebotsstrukturen zu entwickeln, die auf die Bedürfnisse der Kurgäste und Gesundheitsurlauber zugeschnitten sind.

Idee

Angebote "unter einem Dach" sind "in" und erfreuen sich mehr und mehr hoher Akzeptanz vor allem bei den Zielgruppen im mittleren und höheren Alter. Dies gilt insbesondere im Kur- und Gesundheitssektor. Gute Beispiele sind die italienischen Bäderhotels, die fast alle rund ums Bett medizinisch-therapeutischen Service bieten.

Natürlich werden in Bad Doberan in Zukunft Moorbäder zusammen mit wichtigen Kurmitteln und Behandlungsangeboten zentral im Moorbad abgegeben werden. Doch schon Massagen, Dampfbäder und Packungen lassen sich im Beherbergungsbetrieb einrichten. Dies gilt noch mehr bei besonderen Kurformen und -methoden, die außerhalb der Krankenkassenleistung stehen und doch in das Ortsangebot passen.

Empfehlungen:

Angebots- und Einrichtungsideen für die Betriebe Bad Doberans:

- Moor-Anwendungen (Packungen, Masken etc.)
- "Kartoffelkur" (Reduktions- oder Entschlackungskur auf Kartoffelbasis, ideal für kleinere Häuser)
- "Schlafkur" (Ruhige Zimmer, Autogenes Training oder andere Entspannungstechniken, abends werden beruhigende, entspannende Tees gereicht, Bäder mit entspannenden Zusätzen, Aromatherapie etc.)
- "Kur + Kreativ" (Kreativ-Angebote für Gäste im Haus, mit festem oder öfter wechselndem Programm)
- Kleines "Haus der Gesundheit" (Partnerschaft mit Heilpraktiker, der eine Praxis im Haus bekommt, Massagen im Haus, bei Vollpension Vollwertkost/Vegetarische Kost anbieten etc.)

Priorität:

(A) (X B) (C)

Fristigkeit:

(k) (X n) (l)

Zuständigkeit:

Amt für Bildung, Kultur und Tourismus

Kurverwaltung

Tourismus-förderverein

andere Ämter

Vereine

Leistungsträger

Hobellerie

Sonstige

HOGA

Investitions-kosten

(h) (X n) (n)

lfd. Kosten:

(h) (X n) (n)

Erfolgserwartung:

(h) (X n) (n)

Weitere Ideen und Möglichkeiten für Gesundheitsangebote der Häuser in Bad Doberan:

- Sauerstoff-Mehrschritt-Therapie (Zusammenarbeit mit einem Arzt für Naturheilverfahren)
- Heilschlafen
- Antistreib-Kur(en) mit Entspannungstechniken und Mooranwendungen
- Spezielle Bewegungstherapien
- Gewichts-Reduktion mit "Brigitte-Diät" (Reduktionskost nach der bewährten, bekannten Methode)
- Verschiedene Diät-Angebote ("echte" Diätküche), z.B. Diabetes, Gicht, Magen, Galle, Leber etc.
- "Allergiefreies Haus"
- Betten aus allergiefreien Materialien
 - mögl. baubiologisches Haus
 - Ernährung nimmt Rücksicht auf Nahrungsmittel-Allergien
 - Anwendungen und Therapien zur Stärkung des Immunsystems (z.B. Physiotherapie, Sauna)

Priorität:

A	B	C
---	---	---

Fristigkeit

k	m	l
---	---	---

Zuständigkeit:

- Amt für Bildung, Kultur und Tourismus
- Kurverwaltung
- Tourismusförderverein
- andere Ämter

- Vereine

- Leistungsträger

- Sonstige

Investitionskosten

h	m	n
---	---	---

ifd Kosten:

h	m	n
---	---	---

Erfolgserwartung

h	m	n
---	---	---

Ausgangssituation

Die ganzheitliche Orientierung eines Kurortes dokumentiert sich auch über ein auf die Bedürfnisse der Kurgäste zugeschnittenes gastronomisches Angebot. Gerade im Zusammenhang mit der ambulanten Kur und dem Ausbau des Gesundheitstourismus ist die Existenz einer „gesunden Küche“ innerhalb der örtlichen Gastronomie von großer Bedeutung.

Bislang wird das Speisenangebot der Gastronomiebetriebe in Bad Doberan nicht weiter spezifiziert. Insofern gibt es nur wenige, auf die Zielgruppe der Kurgäste und Gesundheitsbewußten zugeschnittene Gerichte.

Idee

In Zukunft sollten die Bedürfnisse der Kurgäste und Gesundheitsurlauber in puncto Ernährung in Form eines entsprechenden gastronomischen Angebotes (z.B. Diät- und Vollwertkost, vegetarisches Essen) berücksichtigt werden.

Darüber hinaus ist eine den Gesundheitsaspekt aufgreifende Küche innerhalb eines Gastronomiebetriebes ein weiterer, wichtiger Baustein für das Erscheinungsbild Bad Doberans als serviceorientierte und im Dienste der Gesundheit stehende Kurstadt.

Empfehlungen

• **Speisenangebot**

- Gerichte, die aufgrund ihrer Zusammensetzung und Zubereitung für bestimmte Zielgruppen besonders geeignet sind (z.B. Diabetiker, Übergewichtige, Allergiker) sollten in der Speisekarte deutlich ausgewiesen sein.
- Neben trockenen Erklärungen in der Speisekarte wie z.B. „auch für Diabetiker geeignet“, bietet sich auch die Zusammenfassung von Gerichten unter einem Thema an. Denkbar wäre als Titel einer Kartenseite z.B. „Genüsse für die Linie“. Das Ausweisen einer Extraseite für „gesunde“ Gerichte ist aufgrund größerer Übersichtlichkeit für den Gast oftmals von Vorteil.
- Gerichte, die mit Zutaten aus ökologischen Anbau zubereitet wurden, sollten auch als „Bio“-Gerichte in der Karte gekennzeichnet sein.
- Regionale Gerichte sollten in Hinblick auf ihre Eignung für eine „gesunde“ Ernährung überprüft und auf der Speisekarte in Form einer Extraseite berücksichtigt werden.
- Auch Cafés, Eisdielen und Imbißstuben sollten in ihrem Angebotsspektrum die Zielgruppe der Kurgäste und Gesundheitsurlauber berücksichtigen (z.B. Diabetikerkuchen und -eis, Vollwertgerichte).

Priorität:

A B C

Früchtigkeit:

K m l

Zuständigkeit:

Amt für Bildung, Kultur und Tourismus

Kurverwaltung

Tourismusförderverein

andere Ämter

Vereine

Leistungsträger

gastgewerbe

Sonstige

Hoga

Investitionskosten:

h m n

ffd. Kosten:

h m n

Erfolgserwartung:

n m n

Bad Doberan

Kurgerechtes Speiseangebot im Gastgewerbe

Maßnahme: 6

Blatt: 2

• Profilierung

- Um eine Abgrenzung gegen die Mitbewerber zu erlangen und Gästen einen angenehmen Aufenthalt zu bieten, sollten individuell geprägte und erlebnisvermittelnde Elemente das Gesicht des gastronomischen Angebotes prägen. Folgende Maßnahmen wären denkbar:
- Ausrichtung der Küche auf Spezialitäten wie z. B. Fisch- oder Diätgerichte.
- Gestaltung der Innenräume und des Speisenangebotes in Hinblick auf thematische Zusammenhänge, wie z.B.:
 - Mollis: Einrichtung im Stil eines nostalgischen Eisenbahnabteils; Eisenbahnvesper
 - Klostergewölbe: Schnapsbrennerei, deftige Küche, gregorianische Gesänge
 - Klassizismus: entsprechende Dekoration, klassische Musik, besonderes Geschirr
- Um die Qualität der Gerichte zu erhöhen und die Kreativität der Köche zu wecken, könnte ein von der Stadt und dem HOGA-Verband initiiertes Wettbewerb durchgeführt werden. Prämien sollten beispielsweise die besten und originellsten Gesundheitsmenüs, das gesündeste Frühstück und das beste Rohkostbuffet erhalten. Als Wettbewerbszeitraum böte sich beispielsweise das Frühjahr an. Zum einen könnte so ein zusätzlich attraktives Angebot in der schwächeren Saison geschaffen werden. Zum anderen könnten die prämierten Betriebe während der ganzen Saison mit der Auszeichnung werben.
- Das Erlebnis Gastronomie könnte durch spezielle Kochkurse für Vollwertkost oder kalorienreduzierte Küche abgerundet werden. Der Gast befaßt sich so konkret mit der Zubereitung „gesunder“ Gerichte und schafft sich damit die Möglichkeit seinen Alltagsgewohnheiten in Hinblick auf einen gesunden Lebenswandel auszurichten. Bestimmte Kochkurse (z.B. für Diabetesranke und Übergewichtige) werden auch von den Krankenkassen finanziert.

Priorität:

A	B	C
---	---	---

Fristigkeit:

k	m	l
---	---	---

Zuständigkeit:

- Amt für Bildung, Kultur und Tourismus
- Kurverwaltung
- Tourismusförderverein
- andere Ämter
- _____
- _____
- Vereine
- _____
- _____
- Leistungsträger
- _____
- _____
- Sonstige
- _____
- _____

Investitionskosten

h	m	n
---	---	---

ifd Kosten:

h	m	n
---	---	---

Erfolgserwartung:

h	m	n
---	---	---

Tel. 07243/78091
Fax 07243/79991

Postfach 736
D-76261 Eitlingen

© Reppel+Partner Int. Institut für Tourismus- und Kurortberatung

Ausgangssituation

Konventionelle Privatzimmer sind in der Angebotsstruktur der Kur- und Tourismusorte zunehmend weniger wichtig geworden. Die Komfortansprüche der Reisenden sind ständig gestiegen; die Privathäuser konnten weitgehend mit diesen steigenden Wünschen und Bedürfnissen nicht mithalten.

Aufgrund der momentanen schwierigen wirtschaftlichen Situation in Deutschland ist der Nachfragetrend für preiswerte Privatzimmer wieder etwas positiver.

In Bad Doberan ist vor allem aus zwei Gründen der Erhalt und Förderung von preiswerten Privatzimmern wichtig:

1. Die ambulante Badekur wird von einkommensschwachen Bevölkerungsgruppen nur dann zu finanzieren sein, wenn die Grundkosten - zu denen vor allem die Übernachtung zählt - niedrig sind. Diese Nachfragegruppe ist für Bad Doberan wichtig, zumal es im Heilmittelbereich - ökonomisch gesehen - keinen Unterschied zu Gästen mit größerem Geldbeutel gibt.
2. Gäste in Privatzimmern buchen in der Regel nur Übernachtung mit Frühstück (ÜF), verpflegen sich überwiegend in Gaststätten, Restaurants und Cafés des Ortes; sie sind vor allem für die Nachfrage-Strategie dieser Anbieter eine feste Größe.

Idee:

Der Erhalt des Privatzimmer-Angebotes liegt im kurörtlichen Interesse. Deshalb sollte die Kurverwaltung und das Gastronomiegewerbe alles daran setzen, die „Amateur-Vermieter“ zu unterstützen. Es sind hier insbesondere Hilfen bezüglich der Ausstattung, der Serviceleistungen und der Vermarktung notwendig.

Empfehlungen

Die Privatanbieter sollten ihr Angebot über die Beseitigung von Schwachstellen und des Herausstellens ihrer Stärken optimieren.

- Schwachstellen sind insbesondere
 - . allgemein mangelnder Mindestkomfort
 - . der Service rund um's Bett
 - . die umfassende Information (über Ort, Region, Kur...)

Priorität:

A	B	C
---	--------------	---

Fristigkeit:

k	m	l
---	--------------	---

Zuständigkeit:

Amt für Bildung, Kultur und Tourismus

Kurverwaltung

Tourismusförderverein

andere Ämter

Vereine

Leistungsträger
**Privatzimmer-
anbieter**

Sonstige
Hog A

Investitionskosten:

h	n	n
---	--------------	---

ffid Kosten:

h	m	n
---	---	--------------

Erfolgserwartung:

h	n	n
---	--------------	---

- Stärken sind insbesondere
 - . persönliche, familiäre Atmosphäre
 - . Gastfreundschaft („aus Fremden Freunde machen“)
 - . Frühstück auch mal bis 11 Uhr
 - . Mitbenutzung der Küche (wenn möglich)

- Wenn nötig, sollten Veränderungen vorgenommen werden. Beispielsweise seien genannt:
 - . einen Aufenthaltsraum mit kleiner Gästeküche incl. Geschirr, Kühlschrank etc.
 - . WC/Dusche auf der Etage
 - . pragmatische und geschmackvolle Möblierung („weniger ist oft mehr“)
 - . Gartenmitbenutzung mit Sitz- und Liegemöglichkeiten:

Priorität:

A	B	C
---	---	---

Fristigkeit

k	m	l
---	---	---

Zuständigkeit:

Amt für Bildung, Kultur und Tourismus

Kurverwaltung

Tourismusförderverein

andere Ämter

Vereine

Leistungsträger

Sonstige

Investitionskosten

h	m	n
---	---	---

ifd. Kosten:

h	m	n
---	---	---

Erfolgserwartung:

h	m	n
---	---	---

Ausgangslage

Bad Doberan besitzt bislang keine zentrale Kommunikations- und Begegnungsstätte für Gäste und Einheimische. Vor allem aber in Hinblick auf die Attraktivierung des Kulturangebotes der Stadt Bad Doberan und die verstärkte Ansprache der Zielgruppen Kurgast und Kulturtourist würde sich die Einrichtung eines speziellen Gästehauses anbieten.

Idee

Das „Haus des Gastes“ sollte für Kurgäste, Urlauber, Tagesausflügler und auch die Bad Doberaner Bevölkerung als Anlaufstelle, Aufenthalts- und Veranstaltungsort offen stehen. Touristisch interessante Einrichtungen der Kommune, wie z.B. die Informationsstelle, Seminarräume, Lesezimmer könnten unter einem Dach zusammengefaßt werden und damit Raum für ein zielgruppenspezifisches und vielseitiges Kultur- und Unterhaltungsangebot bieten.

Ein Haus des Gastes ist auch ein wichtiges Instrument des Innenmarketings. Die für den Tourismus bislang noch nicht ausreichend sensibilisierten Bürger der Stadt werden im Umgang mit Gästen und auch den Besonderheiten der touristischen Angebotsgestaltung vertraut gemacht.

Empfehlungen

In Hinblick auf die Einrichtung eines Haus des Gastes sind folgende Kriterien entscheidend:

- Standortwahl
Die Attraktivität des Hauses wird von dem Standort entscheidend mit bestimmt. Wichtig sind:
 - eine zentrale Lage
 - die Einbindung in das Kurortmilieu
 - eine gute Erreichbarkeit und Verkehrsanbindung

Die für Bad Doberan optimale Variante wäre aufgrund der Tradition, der Lage und der Architektur das „alte Moorbad“. Dies wird derzeit aus finanziellen Gründen scheitern, sollte aber langfristig unter verbesserten Rahmenbedingungen als Variante im Auge behalten bleiben.

Die realistische Alternative ist das „Amtsgebäude“ im Klosterbereich. Die Lösung ist vergleichsweise kostengünstig. Der Standort befindet sich in einem zentralen touristischen Bereich (mit Kornhaus, Museum etc.).

Priorität:

A B C

Fristigkeit:

k m l

Zuständigkeit:

- Amt für Bildung, Kultur und Tourismus
 - Kurverwaltung
 - Tourismusförderverein
 - andere Ämter
- Bauamt

Vereine

Leistungsträger

Sonstige

Investitionskosten

h m n

ifd Kosten:

h m n

Erfolgserwartung

h m n

• Einrichtungen

Es gibt keine gesetzlich vorgegebenen Standards für die Einrichtung eines Haus des Gastes. Allerdings sollte in Bad Doberan ein Haus des Gastes folgende Einrichtungen enthalten:

- Veranstaltungsräume unterschiedlicher Größe, ein Raum mit einer Bühne
- Gastronomie, z.B. gemütliches Café, Saft-Bar
- Ruhebereich zur Entspannung, zum Lesen, zum Musik hören u.a., eventuell in Verbindung mit einem Kaminzimmer
- Werkstatträume für Kreative
- Informationszentrum mit Informationen über das touristische Angebot, Veranstaltungen, Ausflugsziele; Abfahrtszeiten von Bussen, Zügen, Sprechstunden des Badearztes, Kurse u.a.
- Ausstellungsraum / Foyer
- Dia-, Video- und Filmvorführungsmöglichkeiten
- Öffentliche Toiletten

• Veranstaltungen

Folgende Veranstaltungen können im Haus des Gastes stattfinden:

- Veranstaltungen zur Gästebetreuung
 - Gästebegrüßung
 - Lichtbildvorträge zu Bad Doberan und Umgebung
 - Fragestunde der Kurverwaltung
- Veranstaltungen zur Unterhaltung
 - Konzerte
 - Tanzveranstaltungen
 - Theateraufführungen
 - gemeinsame Musikabende
 - Lesungen
 - Kleinkunstveranstaltungen
- Veranstaltungen zu Hobby und Sport
 - Kreativkurse, Workshops
 - Gymnastik
 - Turniere (z.B. Schach)
- Veranstaltungen zur Gesundheitsbildung
 - Vorträge
 - Kochkurse
 - Gesprächskreis

Priorität

A	B	C
---	---	---

Fristigkeit

k	m	l
---	---	---

Zuständigkeit:

- Amt für Bildung, Kultur und Tourismus
- Kurverwaltung
- Tourismusförderverein
- andere Ämter
- _____
- _____
- Vereine
- _____
- _____
- Leistungsträger
- _____
- _____
- Sonstige
- _____
- _____

Investitionskosten

h	m	n
---	---	---

ifd Kosten:

h	m	n
---	---	---

Erfolgserwartung

h	m	n
---	---	---

- Sonstiges
 - Ausstellungen
 - Tagungen
 - Seminare

• Sonstiges

Über die bereits genannten Anforderungen hinaus, gibt es weitere Kriterien, die bei der Einrichtung eines Haus des Gastes wichtig sind:

- besucherfreundliche, flexible Öffnungszeiten, die auch bei Bedarf ausgeweitet werden
- Kurgastberater für Information und Betreuung der Kurgäste
- freundliche, helle Gestaltung der Räume
- kommunikative Atmosphäre; keine Zwänge zum Mitmachen
- Haus des Gastes auch als Treffpunkt der örtlichen Vereine

Um die Kosten zu schmälern und gleichzeitig das Angebot zu erweitern, können verschiedene Einrichtungen in Form von Pachtverträgen in das Haus des Gastes integriert werden. Beispiele hierfür sind

- Kiosk
- Friseur-/Kosmetikstudio
- Fitneß-Center
- Massage-Praxis
- Café oder Restaurant

• Gesundheitshaus

In Bad Doberan ist eine Verbindung des Haus des Gastes zumindest mittelfristig mit einem Gesundheitshaus anzudenken (optimal: im alten Moorbad). Entsprechende Einrichtungen sind:

- Fitneß- und Gymnastikraum
- Sauna
- Massagemöglichkeiten
- Einrichtungen für Kurmittelnwendungen

• Touristische Nutzung des alten Moorbades

Auch wenn das alte Moorbad derzeit touristisch nicht voll genutzt werden kann, ist eine Teilnutzung (z.B. in Kombination mit dem Rathaus) anzustreben. Vorschlagen ist

- eine Cafeteria und
- eine Infobörse

Priorität:

A	B	C
---	---	---

Fristigkeit

k	m	l
---	---	---

Zuständigkeit:

- Amt für Bildung, Kultur und Tourismus
- Kurverwaltung
- Tourismusförderverein
- andere Ämter

- Vereine

- Leistungsträger

- Sonstige

Investitionskosten

h	m	n
---	---	---

hfd Kosten:

h	m	n
---	---	---

Erfolgserwartung

h	m	n
---	---	---

Ausgangssituation

Als Kurort gilt es nicht nur über ein entsprechendes Verkehrskonzept ökologischen Aspekten Rechnung zu tragen, sondern gleichzeitig Angebote zu schaffen, die Gäste zum Umsteigen auf umweltfreundliche Verkehrsmittel bewegen.

Das Reisen mit der Bahn bietet einige Vorteile. Zum einen ist die Bahn ein umweltgerechtes Verkehrsmittel. Zum anderen sind Bahnreisen bei integrierten Serviceangeboten sehr bequem.

Idee

Bad Doberan sollte die Möglichkeit der Anreise mit der Bahn stärker in den Vordergrund stellen - zumal die Stadt mit der Molli-Bahn eine besondere Attraktion besitzt.

Empfehlungen

- Schaffung von Serviceangeboten für Bahnreisende, wie z.B.
 - Organisation und Verkauf der Bahnreise nach Reisebuchung durch die Touristeninformation
 - Fahrradmitnahme im Zug
 - Fahrradverleih am Bahnhof
 - Abholservice für Zugreisende am Bahnhof
 - Vergünstigungen für Zugreisende (z.B. Wochenkarte für die Molli-Bahn zum halben Preis)
 - Ausbau der Molli-Bahn zur Bäderbahn mit Verlängerung der abendlichen Fahrtzeiten
- Ergänzung des Werbematerials von Bad Doberan durch Informationen zu:
 - Rad- und Wanderwegen
 - Fahrradverleihstationen und vorhandenem Fahrradkontingent (z.B. Mountainbikes, Sporträder)
 - Bahn- und Busverbindungen
- attraktivere Tarifgestaltung für öffentliche Verkehrsmittel, wie z.B.
 - vergünstigte Wochenend- und Wochenkarten für Kurgäste und Urlauber
 - Aufbau eines regionalen Tarifzonenetzes für die gesamte Region (erfordert intensive Zusammenarbeit zwischen Bahn und regionalen Verkehrsbetrieben)

Priorität:

A	B	C
---	--------------	---

Fristigkeit:

k	m	l
---	---	--------------

Zuständigkeit:

Amt für Bildung, Kultur und Tourismus

Kurverwaltung

Tourismusförderverein

andere Ämter

Vereine

Leistungsträger

Sonstige

Bahn Ag
Molli

Investitionskosten

h	m	n
---	--------------	---

ffid Kosten:

h	m	n
---	--------------	---

Erfolgserwartung

h	m	n
---	--------------	---

Bad Doberan

Attraktivierung des Bahntourismus

Maßnahme: 9

Blatt: 2

- Einrichtung einer City-Kur-Bus-Linie während der Hauptsaisonzeiten
- Entwicklung von Pauschalen für Bahntouristen, wie z.B. Kultur- und Gesundheitswochenende für Städter:
 - Zielgruppe: Kurzurlauber aus den nahe gelegenen Ballungszentren, Tagesausflügler
 - mögliche Bestandteile: Anreise Freitagabend, Abhol- und Bringservice durch Leistungsträger, Bereitstellen eines Fahrrades für gesamte Aufenthaltsdauer, Aushändigung von Informationsmaterialien (Rad- und Wanderkarte, Busverbindungen), organisiertes Kulturprogramm mit integrierten Gesundheitsangeboten (Verkehrsmittel zu Einrichtungen Fahrrad oder City-Kur-Bus)

Priorität

A	B	C
---	---	---

Fristigkeit

k	m	l
---	---	---

Zuständigkeit

- Amt für Bildung, Kultur und Tourismus
- Kurverwaltung
- Tourismusförderverein
- andere Ämter

Vereine

Leistungsträger

Sonstige

•

Investitionskosten

h	m	n
---	---	---

lfd. Kosten:

h	m	n
---	---	---

Erfolgserwartung

h	m	n
---	---	---

Tel. 07243/78091
Fax 07243/79991

Postfach 736
D-76261 Eillingen

Int. Institut für Tourismus-
und Kurorteberatung

Bad Doberan

Bad Doberan: Tagesausflugsziel für Passagiere der Kreuzfahrtschiffe

Maßnahme: 10

Blatt: 1

Ausgangssituation

Bad Doberan liegt nur 15 km von Warnemünde entfernt. Der Hafen von Warnemünde wird auch von namhaften Kreuzfahrtschiffen frequentiert.

Idee

Die Gäste der Kreuzfahrtschiffe könnten auch für Bad Doberan eine wichtige Zielgruppe darstellen. Denn gerade nach einer längeren Fahrt auf See gilt das Interesse der Kreuzfahrttouristen attraktiven kulturellen Angeboten in den Hafencities und deren Umgebung.

Insofern sollte sich Bad Doberan in Zukunft verstärkt um dieses Gästepotential bemühen. Dabei gilt es nicht nur, weitere Tagesausflügler für Bad Doberan zu gewinnen, sondern auch die mit den positiven Eindrücken der Gäste verknüpfte „Mund zu Mund Propaganda“ gezielt als Marketinginstrument einzusetzen. Die persönliche Empfehlung Bad Doberans gegenüber Freunden und Bekannten würde langfristig auch Auswirkungen in Hinblick auf die Steigerung der Gästeübernachtungen im Kur- und Fremdenverkehrswesen zeigen.

Empfehlungen

Nachfolgende Empfehlungen beziehen sich sowohl auf die Ausarbeitung und Umsetzung des Angebotes als auch auf die Vermarktung Bad Doberans als Ausflugs- und Urlaubsziel:

- **Angebotsselemente**
 - Begleitete Busfahrt von Warnemünde nach Bad Doberan: Während der Fahrt sollte den Gästen im Sinne eines Willkommensgrußes und ersten Bekanntmachens mit der Region Informationen zu der Geschichte, den Dörfern, der Nutzung des Kulturlandes etc. anhand der zu sehenden Landschaft und Siedlungen gegeben werden. Auf die Stadt Bad Doberan sollte über eine kurze Vorausschau des zu Erwartenden neugierig gemacht werden.
 - Aushändigung von Informationsmaterialien (Stadtplan mit eingezeichneter Stadtführungsrouten, Zeittabellen, welche die Entwicklung Bad Doberans veranschaulichen, architektonische Münsterzeichnung etc.) im Bus

Priorität

A	B	C
---	---	--------------

Fristigkeit

k	m	l
---	---	--------------

Zuständigkeit

- Amt für Bildung, Kultur und Tourismus
- Kurverwaltung
- Tourismusförderverein
- andere Ämter
- _____
- _____
- Vereine
- _____
- _____
- Leistungsträger
- _____
- _____
- Sonstige
- _____
- _____

Investitionskosten

h	m	n
---	---	--------------

lfd. Kosten

h	m	n
---	---	--------------

Erfolgserwartung

h	m	n
---	--------------	---

Bad Doberan	Bad Doberan: Tagesausflugsziel für Passagiere der Kreuzfahrtschiffe	Maßnahme: 10 Blatt: 2
--------------------	----------------------------------------------------------------------------	--------------------------

- Stadtführung in Bad Doberan
 - Als Ausgangspunkt für die Führung eignen sich bevorzugt Objekte, die unter historischem, architektonischen und künstlerischen Aspekten besonders attraktiv sind (z.B. Münster). Vor Beginn der Führung sollte den Gästen eine Café- bzw. Mittagspause nahe des Führungsausgangspunktes gewährt werden.
 - Während des Stadtrundgangs sollten die Gäste auf Ziele aufmerksam gemacht werden, die einen Besuch lohnen (z.B. Museum, Einkaufsstätten, Restaurants, Spazier- und leichte Sportmöglichkeiten).
 - Grundsätzlich sollte den Gästen ca. zwei Stunden freie Zeit in Bad Doberan zur Verfügung stehen.
- Treffpunkt am Bahnhof und Molli-Bahnfahrt nach Heiligendamm. Nach einem Strandspaziergang und kleinem Imbiß Busrückfahrt nach Warnemünde

Bei besonderen Anlässen, wie z.B. den Bad Doberaner Renntagen oder Konzerten im Münster sollten spezielle Ausflugsfahrten ausgearbeitet werden, die diese attraktiven Angebotsselemente integrieren.

- Umsetzung
 - Kontaktaufnahme mit Reedereien mit dem Ziel,
 - die Ausflugsfahrt nach Bad Doberan von den Schifffahrtsgesellschaften als festen Angebotsbestandteil aufnehmen zu lassen
 - das Vorgehen zu koordinieren (Ankunfts- und Abfahrtszeiten des Schiffes)
 - Vertragsabschlüsse mit Busveranstaltern zwecks Beförderung der Gäste nach Bad Doberan und Abholen der Gäste in Heiligendamm
 - Kontaktaufnahme mit einem in der Nähe des Führungsausgangspunktes gelegenen Gastronomiebetriebes, um eine zielgruppengerechte Tagesspeisekarte für die Kreuzfahrtschiffe auszuarbeiten
- Vermarktung
 - Bewerbung des Angebotes über Reedereien
 - Auslage von Informationsmaterialien in den Informationsstellen des Hafengebietes von Warnemünde
 - PR-Aktionen im Hafen selbst (z.B. Fahrt mit einem nach Molli-Vorbild gestalteten Info-Bus bis an die Hafenumole)
 - Pressearbeit

Priorität:		
A	B	C
Fristigkeit:		
k	m	l
Zuständigkeit:		
<input type="radio"/> Amt für Bildung, Kultur und Tourismus <input type="radio"/> Kurverwaltung <input type="radio"/> Tourismusförderverein <input type="radio"/> andere Ämter _____ _____		
<input type="radio"/> Vereine _____ _____		
<input type="radio"/> Leistungsträger _____ _____		
<input type="radio"/> Sonstige _____ _____		
Investitionskosten:		
h	m	n
ffid Kosten:		
h	m	n
Erfolgserwartung:		
h	m	n

Bad Doberan

Thematische Stadtführungen

Maßnahme: 11

Blatt: 1

Ausgangssituation

Bad Doberan besitzt eine Vielzahl kulturhistorisch interessanter Gebäude. Bislang wird nur einmal wöchentlich eine Stadtführung durchgeführt. Als wichtiger Angebotsbestandteil im Kulturtourismus entsprechen Stadtführungen dem Bedürfnis der Gäste nach Unterhaltung und Bildung. Darüber hinaus sind Stadtführungen Werbeträger, da sie - besser als jedes Printmedium - dem Gast ein anschauliches Bild von Bad Doberan vermitteln können

Idee

Um den Besucher für die Stadt und die Teilnahme an einer Führung zu interessieren, sind nicht nur quantitative sondern auch qualitative Aspekte bei der Ausarbeitung der Städteführungen zu berücksichtigen. Zum einen sollte den Gästen - zumindest während der Hochsaison - täglich die Gelegenheit gegeben werden, Bad Doberan im Rahmen geführter Stadtextkursionen kennenzulernen. Zum anderen sollten die Stadtführungen Themenbezüge aufweisen, die für die Entwicklung und das Erscheinungsbild Bad Doberans typisch sind. Bezeichnungen wie „Stadt- und Museumsführung, Schnupperführung etc.“ sind zu vage, als das sich ein Besucher persönlich angesprochen fühlen könnte.

Empfehlungen

Beispiele für themenbezogene Führungen in Bad Doberan sind:

- Religiosität und Weltlichkeit
Ziel der Führung ist, dem Besucher die Entwicklungsgeschichte Bad Doberans über die Präsentation ausgewählter Objekte anschaulich vorzustellen. In diesem Zusammenhang sollten Stadtteile, Kirchen und Gebäude besucht werden, die eindrücklich die historischen Zeiträume „Mittelalter“ und „18./19. Jahrhundert“ dokumentieren.
- Das Bad Doberan von Severin
Thematischer Schwerpunkt der Führung ist der Klassizismus. Als ein das Erscheinungsbild Bad Doberans prägender Architekturstil sollten in Rahmen dieser Führung alle Informationen aufbereitet werden, die im Zusammenhang mit dem Klassizismus und dem Leben Severins von Interesse sind (z.B. Charakteristika des klassizistischen Stils, politische Hintergründe, Weltanschauung des 18./19. Jahrhunderts)
- Auf den Spuren der Zisterzienser
Schwerpunkt der Führung bildet der Besuch der Stadtteile und Stätten, die Aufschlüsse über das religiöse Leben und Wirtschaften der Zisterzienser geben.
- Literarischer Rundgang
Thema der Führung sind Lebensstätten und Werke der Schriftsteller, die in Bad Doberan gewirkt haben.

Priorität:

A	B	C
---	--------------	---

Fristigkeit:

k	m	l
--------------	---	---

Zuständigkeit:

- Amt für Bildung, Kultur und Tourismus
- Kurverwaltung
- Tourismusförderverein
- andere Ämter
- _____
- _____
- Vereine
- _____
- _____
- Leistungsträger
- _____
- _____
- Sonstige
- _____
- _____

Investitionskosten

h	m	n
---	---	--------------

lfd. Kosten:

h	m	n
---	---	--------------

Erfolgserwartung

h	m	n
---	--------------	---

Tel. 07243/7 80 91
Fax 07243/7 99 91

Postfach 736
D-76261 Eitlingen

Int. Institut für Tourismus-
und Kurortberatung

© Reppel+Partner

Ausgangssituation

Das Angebot an Kreativkursen ist in Bad Doberan derzeit gering und beschränkt sich hauptsächlich auf Angebote für Kinder und Jugendliche. Potentiale, das Angebot an Kreativkursen auszubauen, sind allerdings aufgrund des Vorhandenseins von Räumlichkeiten (z.B. Kornhaus und Volkshochschule) der örtlichen Pflege von traditionellen Handwerksmethoden und der Aktivitäten kunstversierter Persönlichkeiten gegeben.

Idee

Gerade länger verweilende Kurgäste haben großes Interesse an Kreativkursen. Im Sinne eines ganzheitlich orientierten Gesundheits- und Entspannungsangebotes sollten die Kreativkurse als Teil des kulturellen Rahmenprogrammes für Kurgäste weiter entwickelt werden. Bei der Ausarbeitung der Kurse und Wahl der Örtlichkeiten ist zu berücksichtigen, daß es sich bei den Kurgästen meistens um Senioren handelt.

Empfehlungen

Beispiele für an Kreativangebote sind:

- Brotbacken
- Töpfern
- praxisnahes Literatuerleben - Sprache als Gestaltungselement
- Einführung in die Glasbläserei
- Mal- und Zeichnenkurse
- Kulinarisches aus Mecklenburg-Vorpommern - gesund und herzhaft zubereitet
- Chorsingen

Die Umsetzung des Kreativangebotes erfordert die Klärung folgender Fragen:

- Welche Räumlichkeiten sind für welche Kurse geeignet?
- Wie lange sollten die Kurse dauern? Sollten die Kurse einmalig stattfinden oder mehrere Tage umfassen?
- Wie hoch darf der Teilnahmegebühr für Gäste sein, um konkurrenzfähig zu sein?
- Welche Teilnahmegebühr sollte zugrunde gelegt werden, um die Wirtschaftlichkeit des Kursangebotes zu gewährleisten?
- Wie könnte ein eventueller Differenzbetrag ausgeglichen werden (Sponsoren, event. Verkauf der produzierten Waren) ?
- Welche Personen und Institutionen können Kurse anbieten und durchführen?
- Wie sollen die Kurgäste auf das aktuelle Angebot aufmerksam gemacht werden (Informationsschriften, Ausstellungen)?

Priorität:

A	B	C
---	--------------	---

Fristigkeit:

k	m	l
--------------	---	---

Zuständigkeit:

- Amt für Bildung, Kultur und Tourismus
- Kurverwaltung
- Tourismusförderverein
- andere Ämter

Vereine
Kunstverein

Leistungsträger

Sonstige

Investitionskosten

h	m	n
---	---	--------------

ifd. Kosten:

h	m	n
---	---	--------------

Erfolgserwartung

h	m	n
---	--------------	---

Ausgangssituation

Bad Doberan war Heimatstadt einiger Schriftsteller. Im ehemaligen Wohnhaus Ehm Welks, einer der bekanntesten Literaten Bad Doberans, ist heute ein Literaturmuseum untergebracht. Das Ehm-Welk Haus bietet auch als Ort der kulturellen Begegnung Raum für Veranstaltungen.

Weitere Literaten Bad Doberans waren z.B. Ulrich von Hassel, Wilhelm Paul, Gerhard Ringeling.

Idee

Aufbauend auf der literarischen Tradition sollten Bad Doberaner Literaturtage ins Leben gerufen werden. Ziel ist, Bad Doberan über die jährlich initiierten Kulturtage regional und überregional zu profilieren.

Um eine Brücke zwischen Vergangenheit und Gegenwart zu schlagen, sollten im Rahmen der Literaturtage nicht nur berühmte Persönlichkeiten vergangener Zeiten berücksichtigt werden, sondern auch junge Schriftsteller aus dem näheren und ferneren Umkreis.

Als Veranstaltungsorte sollten alle geeigneten Räumlichkeiten in der Stadt in Betracht gezogen werden. Eine dezentrale Struktur der Veranstaltung „Bad Doberaner Literaturtage“ könnte das „normale“ städtische Leben für einige Tage kulturell beleben.

Empfehlungen

Bezüglich der Ausarbeitung von Angebotselementen, der Umsetzung und der Vermarktung der Literaturtage werden nachfolgend Vorschläge unterbreitet:

- **Angebotsbestandteile**
 - Sonderausstellung zu bestimmten Autoren, Länder- oder Themenschwerpunkten
 - Lesungen im Ehm-Welk-Haus, im Roten Pavillon, Bibliothek, Buchhandlungen, Gaststätten u. a.
 - Vergabe eines Literaturpreises (für Künstler aus der Region, z.B. beste Kurzgeschichte zu bestimmtem Thema)
 - Kursangebote Kreatives Schreiben"
 - Begleitprogramm: Filme, Theater, Stadtführungen

Priorität:

(A) (B) (C)

Fristigkeit

(k) (m) (l)

Zuständigkeit:

Amt für Bildung, Kultur und Tourismus

Kurverwaltung

Tourismusförderverein

andere Ämter

Vereine

Leistungsträger

Sonstige

Investitionskosten

(h) (m) (n)

lfd Kosten:

(h) (n) (n)

Erfolgserwartung:

(h) (n) (n)

Bad Doberan

Bad Doberaner Literaturtage

Maßnahme: 13

Blatt: 2

- Umsetzungsrelevante Schritte
 - Festlegung von Verantwortlichkeiten (eventuell Gründung einer Organisationsgruppe „Literaturtage“)
 - Integration von örtlichen Vereinen und Künstlern in die Programmgestaltung Festlegung eines jährlich wechselnden Themenschwerpunktes
 - Gewinnung von Sponsoren (z.B. Verlage)
 - Ausschreibung eines Wettbewerbes
 - Zusammenarbeit mit regionalen, überregionalen Kulturverbänden

- Gezielte Vermarktung der Veranstaltung z.B. über
 - die Herausgabe eines Programmheftes
 - Integration der Veranstaltung in Pauschalprogramme
 - Effektive Öffentlichkeitsarbeit (z.B. Anstreben einer Städtepartnerschaft mit Angermünde)

Priorität

A	B	C
---	---	---

Fristigkeit

k	m	l
---	---	---

Zuständigkeit

Amt für Bildung, Kultur und Tourismus

Kurverwaltung

Tourismusförderverein

andere Ämter

Vereine

Leistungsträger

Sonstige

Investitionskosten

h	m	n
---	---	---

ffd. Kosten:

h	m	n
---	---	---

Erfolgserwartung

h	m	n
---	---	---

Tel. 07243/7 80 91
Fax 07243/7 99 91

Postfach 736
D-76261 Ettlingen

Int. Institut für Tourismus-
und Kurortberatung

© Reppel+Partner

Bad Doberan

Mundart-Festival

Maßnahme: 14

Blatt: 1

Ausgangssituation

In Bad Doberan und Umgebung wird teilweise noch Plattdeutsch gesprochen und auch in Vereinen gepflegt. Darüber hinaus existiert eine eigene Rubrik für plattdeutsche Texte in der Ostsee-Zeitung.

Idee

Die Mundart sollte als regionaltypische Besonderheit gepflegt und im Rahmen des Bad Doberaner Kulturangebotes vermarktet werden. Dabei böte die Etablierung eines jährlich stattfindenden Mundart-Festivals die Gelegenheit das Plattdeutsche in all seinen Schattierungen als lebendige Sprache in Szene zu setzen.

In diesem Zusammenhang stellt der bewußte Umgang mit der regionaltypischen Sprache nicht nur ein kulturelles Unterhaltungsangebot für Kurgäste und Touristen dar, sondern bietet als identitätgebendes Moment auch die Möglichkeit der Identifikation der Bevölkerung mit dem Kur- und Fremdenverkehrswesen.

Empfehlungen

- **Angebotsselemente**
Um das Plattdeutsche als regionales Kulturelement für Kurgäste und Touristen erlebbar zu gestalten, wären im Rahmen des Mundart-Festivals folgende Angebotsselemente denkbar:
 - Dia-Vortrag zu den Attraktionen und der Geschichte Bad Doberans mit Mundarteinlagen
 - szenische Lesungen auf Platt
 - plattdeutsche Liederabende
 - Rock auf Plattdeutsch
 - plattdeutsche Orthographie und ihre Tücken - Schreibwettbewerbe
 - Theateraufführungen in Platt
- **Umsetzungsrelevante Schritte:**
 - Gründung eines Arbeitskreises Mundart-Festival
 - Personen, die das Plattdeutsche beherrschen, sollten aufgesucht und als Akteure bei dem Mundart-Festival gewonnen werden.
 - Mundart-Literatur sollte systematisch gesichtet, auf ihren Unterhaltungs- und Kulturwert geprüft und bei Eignung als Programmelement aufgenommen werden

Priorität:

A	B	C
---	---	--------------

Früristigkeit:

k	m	l
---	---	--------------

Zuständigkeit:

- Amt für Bildung, Kultur und Tourismus
- Kurverwaltung
- Tourismusförderverein
- andere Ämter
- _____
- _____
- Vereine
- _____
- _____
- Leistungsträger
- _____
- _____
- Sonstige
- _____
- _____

Investitionskosten

h	m	n
---	---	--------------

ifd. Kosten:

h	m	n
---	---	--------------

Erfolgserwartung

h	m	n
---	--------------	---

Tel. 07243/7 80 91
Fax 07243/7 99 91

Postfach 736
D-76261 Ellingen

Int. Institut für Tourismus-
und Kurortberatung

© Reppel+Partner

Bad Doberan

Mundart-Festival

Maßnahme: 14

Blatt: 2

- Schulklassen bzw. Schülertheatergruppen sollten als potentielle Akteure systematisch in die Organisation und Durchführung des Festival-Programmes mit einbezogen werden
- Ausschreiben von Wettbewerben (z.B. unterhaltsame Alltagsepisoden aus Bad Doberan) in Hinblick auf die Förderung einer aktiven Mitwirkung der Bevölkerung sowie der Gestaltung eines abwechslungsreichen Programms

Abgesehen von der Realisierung eines Mundart-Festivals böte sich die Pflege des Plattdeutschen über Textstellen in Platt in touristischen Informationsmaterialien, Speisekarten etc.

Priorität:

A	B	C
---	---	---

Fristigkeit:

k	m	l
---	---	---

Zuständigkeit:

- Amt für Bildung, Kultur und Tourismus
- Kurverwaltung
- Tourismusförderverein
- andere Ämter

- Vereine

- Leistungsträger

- Sonstige

Investitionskosten

h	m	n
---	---	---

iffd. Kosten:

h	m	n
---	---	---

Erfolgserwartung

h	m	n
---	---	---

Ausgangssituation

Die Umgebung von Bad Doberan bietet aufgrund der abwechslungsreichen Landschaft gute Voraussetzungen für die touristische Weiterentwicklung des Reitsportes. Durch die Bad Doberaner Renntage ist Bad Doberan bereits heute Pferdesportlern und Interessierten bekannt.

Idee

Aufgrund der positiven Voraussetzungen sollte der Reittourismus über die Integration kultureller und gesundheitsspezifischer Elemente in attraktive Angebotsstrukturen bewußt gefördert werden. Ausgangs- und Endpunkt sollte für die Reiter ihre Unterkunft in Bad Doberan sein.

Umsetzungsrelevante Schritte

- Schaffung einer entsprechenden Infrastruktur, d.h.
 - Prüfung des Streckennetzes
 - Festlegung eines geeigneten Streckennetzes unter Berücksichtigung thematischer Aspekte
 - Ausreichende Beschilderung
 - Routenverlauf schließt Möglichkeit der Einkehr für Pferd und Reiter mit ein

- Ausarbeitung thematischer Wanderangebote für Reiter. Denkbare Themen sind:
 - Bad Doberaner Moor-Ritt
 - Abschalten und entspannen - Ausritt zur Küste
 - Erkundungen im Kulturland der Zisterzienser

- Erarbeitung von auf Reiter zugeschnittenen Angeboten mit folgenden Elementen:
 - Übernachtungsmöglichkeiten für Reiter in Bad Doberan
 - organisierter Transfer von der Unterkunft zum Gestüt
 - Geführte und nicht geführte Wanderritte
 - Ausgestaltung eines kulturellen Rahmenprogrammes für die abendliche Unterhaltung der Gäste

Priorität:

A	B	C
---	--------------	---

Fristigkeit:

k	m	l
---	--------------	---

Zuständigkeit:

Amt für Bildung, Kultur und Tourismus

Kurverwaltung

Tourismus-förderverein

andere Ämter

Bauamt

Vereine

Leistungsträger

Reiterhöfe

Gastgewerbe

Sonstige

Investitions-kosten

h	m	n
---	---	--------------

ffd. Kosten:

h	m	n
---	---	--------------

Erfolgserwartung:

h	m	n
---	--------------	---

Bad Doberan

Wanderreiten

Maßnahme: 15

Blatt: 2

- Vermarktung des Angebotes u. a. durch
 - die Auflage eines Spezial-Interest-Prospektes „Freizeitkultur in Bad Doberan“ (im Rahmen des Prospektes sollte auch auf andere Gesundheits- und Sportangebote Bad Doberans eingegangen werden)
 - Werbekampagnen in Reitvereinen
 - kontinuierliche Pressearbeit
 - PR-Aktionen

Priorität

A	B	C
---	---	---

Fristigkeit

k	m	l
---	---	---

Zuständigkeit:

Amt für Bildung, Kultur und Tourismus

Kurverwaltung

Tourismus-förderverein

andere Ämter

Vereine

Leistungsträger

Sonstige

Investitions-kosten

h	m	n
---	---	---

ifd Kosten:

h	m	n
---	---	---

Erfolgserwartung

h	m	n
---	---	---

Ausgangssituation

Bibliotheken werden bei entsprechender Raumgestaltung, gutem Service und Bestand gerne von Gästen aufgesucht. In Bad Doberan befindet sich die Kreisbibliothek. Sie wird im Moment fast ausschließlich von den Bürgern Bad Doberans und der Umgebung genutzt.

Idee

Die Bibliothek sollte im Sinne eines Extra-Services als Lese- und Informationsort auch in das Bewußtsein von Kurgästen und Urlaubern gerückt werden. Das Ziel könnte über wenig aufwendige Maßnahmen in kurzer Zeit erreicht werden.

Empfehlungen

- Bestand an Büchern in Anlehnung an Besucherinteressen aufstocken (z.B. Bücher zur Kultur und Gesundheit, Sportaktivitäten, Nahrungsmittelzubereitung, Kartenmaterial, regionale Geschichte, Kunst, Belletristik)
- Katalogisierung der Bücher gemäß der Interessenslage der Zielgruppe „Kurgast und Kultururlauber“ (z.B. Thema Gesundheit, Kultur, Umwelt)
- Erheben einer Leihgebühr
- Soweit es die Räumlichkeiten zulassen, einrichten einer Lesecke mit aktuellen Tageszeitungen und Zeitschriften
- Veranstaltung szenischer Lesungen
- Vorstellen von Neuerscheinungen
- Bibliothek in Kurkartenkonzept mitaufnehmen
- Bring-Service für stationäre Kurgäste anbieten

Priorität:

(A) (X B) (C)

Frühtigkeit

(k) (X m) (l)

Zuständigkeit:

Amt für Bildung, Kultur und Tourismus

Kurverwaltung

Tourismusförderverein

andere Ämter

Vereine

Leistungsträger

Sonstige

Investitionskosten

(h) (X m) (n)

ifd. Kosten:

(h) (X m) (n)

Erfolgserwartung

(h) (X m) (n)

Ausgangssituation

Für eine erfolgreiche Entwicklung der Kur und des Fremdenverkehrs in Bad Doberan, ist der Einbezug der Leistungsträger über Informations- und Schulungsprogramme erforderlich. Nur so ist gewährleistet, daß die Anbieter sich mit den Entwicklungslinien der Stadt auseinandersetzen, die marktlichen Gegebenheiten in ihrer Angebotsgestaltung berücksichtigen und ihr Marketing optimieren.

Idee

Information und Schulung können nur vor Ort gegeben werden. Nur wenige Leistungsträger werden sich aus Fachliteratur und auf teuren Marketing-Seminaren Kenntnisse holen. Die Kurverwaltung sollte in Zusammenarbeit mit dem Tourismusverein und dem Hotel- und Gaststättenverband ein Angebot zur Schulung, Fortbildung und Training im Profi-Marketing machen.

Empfehlungen

Zwischen allen leistungsbereiten Institutionen, Personen und Organisationen sollte ein Stufenplan vereinbart werden, der folgende Schritte umfaßt:

- Verbesserung der Informationspolitik im Innenmarketing. Der erste Schritt ist die Einrichtung einer ständigen Information für die Leistungsträger (vgl. Maßnahme). In der Informationsschrift sollte berichtet werden über
 - aktuelle Informationen aus dem Ort
 - wichtige Zahlen und Fakten aus der Branche
 - Termine und Treffs in Kur und Tourismus
 - neue Angebote und Marketingstrategien
- Einrichtung von Schulungsseminaren mit wechselnden Themen (vgl. nachstehende Beispiele)
- Spezial-Training (z.B. Telefonmarketing, Gästebetreuung) und Erfahrungsrunden der Leistungsträger, mindestens 4-6mal im Jahr

Priorität:

<input checked="" type="radio"/> A	<input type="radio"/> B	<input type="radio"/> C
------------------------------------	-------------------------	-------------------------

Fristigkeit:

<input checked="" type="radio"/> k	<input type="radio"/> m	<input type="radio"/> l
------------------------------------	-------------------------	-------------------------

Zuständigkeit:

- Amt für Bildung, Kultur und Tourismus
- Kurverwaltung
- Tourismusförderverein
- andere Ämter

Vereine

gewerbe-verein

Leistungsträger

Sonstige

Investitionskosten

<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> m	<input checked="" type="radio"/> n
-------------------------	-------------------------	------------------------------------

ffid. Kosten:

<input type="radio"/> h	<input type="radio"/> m	<input checked="" type="radio"/> n
-------------------------	-------------------------	------------------------------------

Erfolgserwartung

<input checked="" type="radio"/> h	<input type="radio"/> m	<input type="radio"/> n
------------------------------------	-------------------------	-------------------------

Themen-Beispiele für Schulungsseminare

- Themen von allgemeingültigem Interesse:
 - Entwicklungen und Veränderungen in Bad Doberan
 - Entwicklungen im Kurwesen, am Gesundheits- und Reisemarkt und ihre Auswirkungen auf Bad Doberan
 - Service- und Zielgruppenorientierung als Qualitätsfaktor
 - Sinn und Zweck der Kurkarte
 - Psychologiekurs: Der Umgang mit dem Gast
- Themen für Beherbergungsbetriebe:
 - Serviceleistungen in Hotellerie und Privatquartieren
 - zielgruppengerechte Einrichtung und Angebote
 - Der umweltfreundliche Beherbergungsbetrieb
 - Aufbau von Pauschalangeboten
 - Kalkulation
 - Prospektwerbung
- Themen für Gastronomiebetriebe:
 - zielgruppengerechte Einrichtung und Angebote
 - Essen und Trinken im Kurort
 - Speisekarten-Gestaltung/Getränkekarten (vgl. Maßnahme)
 - Markttrends für die Küche
- Themen für Kultur- und Freizeiteinrichtungen:
 - Preise und Öffnungszeiten
 - zielgruppengerechte Angebote
 - Die Vorteile der Kurkarte
- Themen für den Einzelhandel
 - Der Einzelhandel in Kur- und Fremdenverkehrsorten
 - Sortiment und Kundenansprache
 - Gastfreundschaft und Service

Priorität:

A	B	C
---	---	---

Fristigkeit:

k	m	l
---	---	---

Zuständigkeit:

- Amt für Bildung, Kultur und Tourismus
- Kurverwaltung
- Tourismusförderverein
- andere Ämter
- _____
- _____
- Vereine
- _____
- _____
- Leistungsträger
- _____
- _____
- Sonstige
- _____
- _____

Investitionskosten

h	m	n
---	---	---

ifd Kosten:

h	m	n
---	---	---

Erfolgserwartung:

h	m	n
---	---	---

Bad Doberan

Kurkurier - Informationsmedium einer Kurstadt

Maßnahme: 18
Blatt: 1

Ausgangssituation

Die Information ist die wichtigste Säule im Innenmarketing. Bislang fehlt in Bad Doberan ein Informationsmedium, daß den Bürgern und Leistungsträgern am kurörtlichen Entwicklungsprozeß teilnehmen ließe.

Idee

Die Stadt gibt in Zukunft in enger Zusammenarbeit mit der Ebel-Klinik und dem Tourismusverein den Kurkurier heraus. Informationen zu Kur und Tourismus könnten so entsprechend ihres Stellenwertes für die städtische Entwicklung aufbereitet werden.

Ziel ist, über die Herausgabe des Blattes, Bürger und Leistungsträger über die Entwicklung der Kur- und Fremdenverkehrsstadt Bad Doberan zu informieren und zur aktiven Beteiligung beim Aufbau der Infra- und Angebotsstruktur zu motivieren. Über das Ausräumen von Informationsdefiziten wird Verständnis für und Vertrauen in die städtische Entwicklungspolitik erzeugt.

Empfehlungen

Folgende Themen könnten beispielsweise im Rahmen des „Kurkuriers“ aufgegriffen werden:

- Erfolge und Probleme der Marketingarbeit von Kurverwaltung und Tourismusverein
- Neuste Fakten und Trends auf dem Markt und im Marketing (z.B. Entwicklungen im Gesundheitssektor, Auswirkungen auf die Zielstellungen Bad Doberans)
- Berichte über Marketingaktivitäten (z.B. Neuauflage von Broschüren, Messebesuche)
- Ideen für Leistungsträger (z.B. in Hinblick auf Ausstattung, Angebote)
- Die aktuelle Gästestatistik: Gäste, Übernachtungen, Auslastung.....
- Information über neue Gesundheits- und Kulturangebote

Priorität:

(A) (X B) (C)

Früchtigkeit

(k) (X m) (l)

Zuständigkeit:

Amt für Bildung, Kultur und Tourismus

Kurverwaltung

Tourismusförderverein

andere Ämter

Vereine

Leistungsträger

Sonstige

Investitionskosten

(h) (m) (X n)

ffd. Kosten:

(h) (X m) (n)

Erfolgs expectation

(X h) (m) (n)

Ausgangssituation

Etwa die Hälfte aller Ärzte in Deutschland steht der Kur immer noch skeptisch bis ablehnend gegenüber. Doch die jüngeren Mediziner haben (überwiegend) zum gesamten Komplex des Kurwesens und der Naturheilkunde eine positivere Einstellung. Dies haben Untersuchungen ergeben, die u.a. auch Reppel + Partner in den letzten Jahren durchgeführt hat.

Es hat sich auch die Grundeinstellung gegenüber der Gesundheitsvorsorge zum Positiven hin verändert. Mediziner, ob als praktische Ärzte oder im Krankenhaus, wollen vor allem Beweise - Effektivitätsnachweise.

Idee

Ärzte wollen Information und sie wollen auch überzeugt werden. Erst wenn der Hausarzt das Gefühl hat "mein Patient ist in Bad Doberan in guten Händen" wird er eine Zielortempfehlung geben. Die Überzeugungsarbeit in der Ärztwerbung (besser: Ärzte-Information) muß auch über eine professionelle und gut begründete Imagestrategie realisiert werden.

Ziel muß sein, Bad Doberan als den Kurort mit hoher fachlicher Kompetenz und den "Extras" wie die Güte von Moor, den ganzheitlichen therapeutischen Ansatz im Erscheinungsbild der Mediziner und der potentiellen Kurgäste zu etablieren.

Empfehlungen:

Es gibt eine ganze Reihe von Kontaktebenen, über die Information und Imageprofilierung, Öffentlichkeitsarbeit und Werbung - vielleicht sogar eine besondere Art von Verkaufsförderung - zu realisieren sind.

Einige Empfehlungen als Beispiele:

- Direktmailing: Der Sprecher der Bad Doberaner Badeärzte informiert den Kollegen:
 - . Es darf jedoch nicht beim Einmal-Kontakt bleiben.
 - . Ziel ist es, mit dem Arzt ins Gespräch zu kommen ("Probekurtag-Gutschein", Kur-Info im Wartezimmer auslegen, immer wieder Nachfaßaktionen etc.).
- Öffentlichkeitsarbeit: Mindestens einmal jährlich sollte ein Forum für den Erfahrungsaustausch zwischen Kur, praktischen Ärzten und medizinischer Wissenschaft anbieten (Symposium, Kongreß, Fachtagung - evtl. mit Sponsor-Hilfe eines Heilmittelherstellers).

Priorität

(A) (X B) (C)

Früchtigkeit:

(k) (X m) (l)

Zuständigkeit:

Amt für Bildung, Kultur und Tourismus

Kurverwaltung

Tourismusförderverein

andere Ämter

Vereine

Leistungsträger

Klinik

Badeärzte

Sonstige

Investitionskosten

(h) (m) (X n)

ifd. Kosten:

(h) (X n) (n)

Erfolgserwartung

(h) (X n) (n)

- Information und PR: Bad Doberaner Ärzte schreiben in medizinischen Zeitschriften und Zeitungen, z.B. "ärztliche Praxis", "Ärztliche Allgemeine", „Deutsches Ärzteblatt“.
- Direktwerbung: Der persönliche Weg von Arzt zu Arzt; über den Kurgast:
 - . Jeder Bad Doberaner Badearzt legt eine Kurinformation über das Heilbad (vielleicht sogar einen Prospekt) dem Abschlußbericht an den Hausarzt bei.
 - . Oder: Die Kurverwaltung bedankt sich beim Hausarzt für das Vertrauen, informiert über Neuerungen und kommt so mit dem Kurgast-"Lieferanten" in Kontakt und vielleicht auch ins Gespräch.
- Verkaufsförderung und Vor-Ort-Information: Ärzte werden im chancenreichen Einzugsgebiet - möglichst an ihrem Praxisort - zu einem "gesellig-gesunden Informationsabend" eingeladen.
 - . Aber: Es sollte möglichst eine in Medizinerkreisen bekannte Persönlichkeit die Fachinformation geben.
 - . D. h.: Kompetente Spezialisten gewinnen.
 - . Der Abend muß für den Arzt ein Gewinn sein (das Buffet und der Champagner sind im Grunde gar nicht so wichtig).

Priorität:

A	B	C
---	---	---

Fristigkeit:

k	m	l
---	---	---

Zuständigkeit:

- Amt für Bildung, Kultur und Tourismus
- Kurverwaltung
- Tourismusförderverein
- andere Ämter
- _____
- _____
- Vereine
- _____
- _____
- Leistungsträger
- _____
- _____
- Sonstige
- _____
- _____

Investitionskosten

h	m	n
---	---	---

ffd. Kosten:

h	m	n
---	---	---

Erfolgserwartung

h	m	n
---	---	---

1 Erfüllungsstand der Prädikatisierungsanforderungen**2 Analyse der Entwicklungsmöglichkeiten**

- 2/1 Bevölkerungsentwicklung
- 2/2 Einkommensentwicklung
- 2/3 Wertewandel und Konsumverhalten
- 2/4 Reisemarkt
- 2/5 Beherbergung und Gastronomie
- 2/6 Freizeitmarkt
- 2/7 Sport
- 2/8 Kur und Gesundheitstourismus
- 2/9 Die Bonner Sparbeschlüsse im Gesundheitswesen
- 2/10 „Gesundheitsmarkt“ und Krankheitsformen
- 2/11 Umweltorientierung im Tourismus
- 2/12 Tagesausflugsverkehr
- 2/13 Verkehr

3 Angebotsbeispiele und -ergänzungen

- 3/1 Leitgedanken zur Kompaktkur
- 3/2 Checkliste: Die behindertenfreundliche Stadt

4 Karte

Heilbad Bad Doberan

November 1996

Lfd.-Nr.	Kriterien	Erfüllt	Bemerkungen/ Hinweis
1.	Natürliche, wissenschaftlich anerkannte und durch Erfahrung bewährte Heilmittel des Bodens	x	Moor Gutachten liegt im Moorbad vor
2.	Klimatische Eigenschaften und eine Luftqualität, die gemäß meteorologischen und lufthygienischen Standards überwacht werden und die Gesundungs- und Erholungsmöglichkeiten unterstützen.		
2.1.	Klimagutachten unter besonderer Berücksichtigung des Bioklimas aufgrund einer Klimaanalyse (Überprüfung alle 10 Jahre)		Ende Messungen 03/1997; Auswertung/Gutachten 08/1997
2.2.	Gutachten zur örtlichen Immissionsbelastung - Lärmimmission - Luftqualität		Gutachten sind in Auftrag gegeben, werden 05/1997 fertiggestellt werden. Liegt für Gebiet "Altes Moorbad" vor.
2.3.	Ärztliche Beurteilung des Klimas bezüglich der Auswirkungen auf Gesundungs- und Erholungsmöglichkeiten		Erfolgt nach Vorlage des Klimagutachtens 1997
3.	Artgemäße Kureinrichtungen		
3.1.	Einrichtungen zur Abgabe und Anwendung der Heilmittel	x	Nur in Moorbad vorhanden
3.2.	Mindestens eine Praxis eines Badearztes		2 Badeärzte im Moorbad betreuen ambulante Kuren mit, kein Badearzt in der Stadt

Heilbad Bad Doberan

November 1996

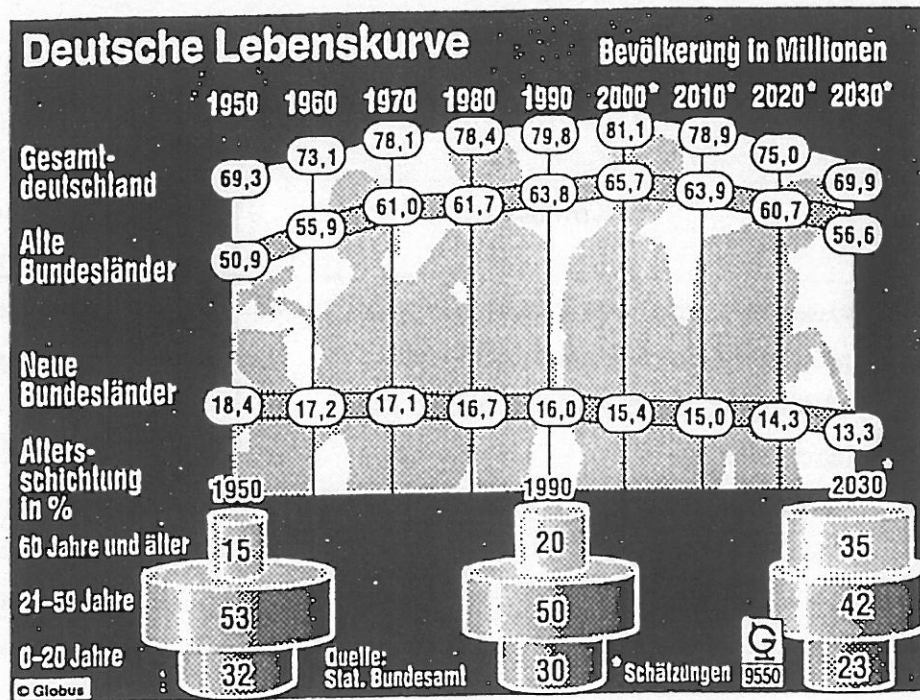
Lfd.-Nr.	Kriterien	Erfüllt	Bemerkungen/ Hinweis
3.3.	Kurpark, d.h. von Straßenverkehr ungestörte Park- und Waldanlagen		Klinikgarten nicht möglich
3.4.	Gekennzeichnetes Wegenetz für Terrainkuren		z. T. deklariert
3.5.	Sport-, Spiel- und Liegewiesen		
3.6.	Einrichtungen zur Unterhaltung und Betreuung der Kurgäste		z. T. kleinere Räume im Ehm-Welk-Haus; Kornhaus; Teilnahme an Veranstaltungen des Moorbades möglich.
3.7.	Leistungsfähiges Beherbergungswesen		z. T., zu wenig
3.8.	Leistungsfähiges Gaststättengewerbe		z. T., zu wenig
3.9	Kurgemäße Verpflegung auch in Gaststätten		auf Wunsch werden im Restaurant „Münstestuben“ und im „Kurhotel“ Diätgerichte angeboten, kein Diätausschuß vorhanden
4.	Artgemäßer Kurortcharakter		
4.1.	Eine Belastung des Bodens und des Wassers durch Schadstoffe, der Luft durch gas- und partikelförmige Beimengungen sowie die Lärmimmission dürfen die Möglichkeit der Vorbeugung gegen Krankheiten und deren Heilung oder Linderung nicht beeinträchtigen		Beeinträchtigungen durch Verkehrssituation im Ort (siehe auch 2.2)

Heilbad Bad Doberan**Stand****25.06.1996**

Lfd.- Nr.	Kriterien	Erfüllt	Bemerkungen/ Hinweis
4.2.	Erhöhte Anforderungen an die Umweltverträglichkeit und den Umweltschutz, hygienisch einwandfreier Zustand der Kureinrichtungen, dies betrifft:		
4.2.1.	- Einwandfreie Trinkwasserversorgung, Abfallwirtschaft und Abwasserbehandlung	x	durch Zweckverband gewährleistet
4.2.2.	Einwandfreie Lebensmittelversorgung sowie Überwachung der Einrichtungen und des Personals der Lebensmittelbetriebe	x	
4.2.3.	Öffentliche Toiletten in einwandfreiem Zustand und in ausreichender Zahl (alle 1.000 m)	(x)	Zwei
5.	Weitere Voraussetzungen		
5.1.	Vorhaltung von Nichtraucherbereichen in Gaststätten und anderen Einrichtungen		Bisher nicht gewährleistet
5.2.	Einrichtungen für Kurgäste und Beherbergungsbetriebe sollen die besonderen Belange von Behinderten, alten Menschen, Kindern und Familien angemessen berücksichtigen.		
5.3.	Zentrale Auskunftsstelle	x	
5.4.	Erstellung und Unterhaltung eines ausreichenden und einwandfreien Straßen- und Wegenetzes		Im Ausbau
5.5.	Einrichtungen für erste Hilfe, Rettungswesen, Krankentransport, ärztlich und apothekenmäßige Versorgung	x	
5.6.	Während der Kurzeit Diätberatung; in Krankenhäusern und Diätküchenbetrieben Beschäftigung mindestens eines Diätassistenten		nur in Ebel-Klinik

Bad Doberan	Erfüllungsstand der Prädikatisierungsanforderungen	Anlage: 1 Blatt: 4
-------------	----------------------------------------------------	-----------------------

Heilbad Bad Doberan 25.06.1996		Stand	
Lfd.- Nr.	Kriterien	Erfüllt	Bemerkungen/ Hinweis
5.7.	Wissenschaftliche Anerkennung, langjährige und umfassende ärztliche Erprobung und Bekanntgabe der Hauptheilanzeigen und Gegenanzeigen (Gutachten über die Hauptheil- und Gegenanzeigen)		Das balneologische Gutachten, sowie die Analyse des Heilmittels (Moor) wurden von den Ebel-Kliniken in Auftrag gegeben. Im Anschluß daran wird Herr Dr. Kühl aus Graal-Müritz im Auftrag der Stadt das Gutachten innerhalb von drei Monaten erarbeiten

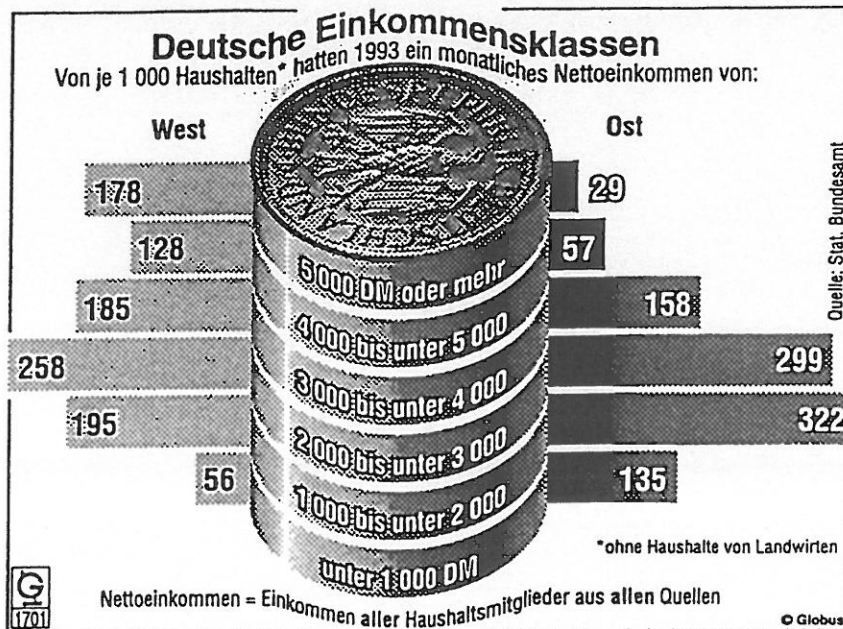


- Die Gesamtbevölkerung wird bis zum Jahr 2000 leicht anwachsen, danach wieder zurückgehen. Das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung geht davon aus, daß bis ins Jahr 2000 1,3 Millionen Aussiedler und 1,1 Millionen Ausländer nach Deutschland zuwandern.
- In den neuen Bundesländern wird die Entwicklung besonders dramatisch, da weiterhin viele Deutsche vom Osten in den Westen gehen. Statt 18,4 Millionen im Jahre 1950 wird es dort im Jahr 2030 nur noch 13,3 Millionen Einwohner geben. Die Bevölkerungsdichte wird bis zum Jahr 2030 auf 123 Einwohner je Quadratkilometer sinken (gegenüber 228 Einwohner je Quadratkilometer im Westen).
- Die Zahl der deutschen Kinder stagniert auf sehr niedrigem Niveau.
- Die Zahl der Jugendlichen und jungen Erwachsenen - das Ausbildungs- und Lernpotential - sinkt schon in den ersten 90er Jahren drastisch (von 11,4 Millionen im Jahr 1989 auf vermutlich 8,7 Millionen 1995).
- Die 45- bis 55jährigen sind eine noch relativ stabile Altersgruppe.
- Die Zahl der 55- bis 65jährigen ("Jungsenioren") nimmt in den 90er Jahren stark zu.
- Bei den Über-65jährigen beginnt sich in den 90er Jahren eine leichte Zunahme abzuzeichnen, um dann nach 2000 in eine sehr deutliche überzugehen, wobei sich die steigende Lebenserwartung immer mehr bemerkbar macht.
- Mehr Menschen bleiben im Alter länger gesund und aktiv.

- Der Anteil der Akademiker, Absolventen von Gymnasien und Fachoberschulen an der Bevölkerung vergrößert sich.
- Der Anteil der Frauen an der erwerbstätigen Bevölkerung erhöht sich noch. Hier liegt die Arbeitsmarktreserve der 90er Jahre. Mehr verheiratete Frauen verbinden Ehe, Kindererziehung, Haushalt und Beruf. Andere verzichten auf Ehe und Kinder.
- Die Zahl der Single-Haushalte nimmt weiter zu.
- Die Beschäftigungsstruktur der Bundesrepublik verändert sich deutlich. Die industrielle Beschäftigung nimmt quantitativ wesentlich ab, die qualitativen Anforderungen steigen. Zusätzliche Beschäftigung erfolgt in den Bereichen staatliche Verwaltung und Dienstleistungen, auch noch in Handel und Handwerk.

Die Einkommensentwicklung ist durch folgende Aussagen zu charakterisieren:

- Sinkende Reallöhne wegen der gestiegenen Abgabenbelastung
- Deutsche Konjunktur befindet sich auf Talfahrt; im Januar 1996 liegt die Arbeitslosenzahl erstmals über 4 Mio.
- Anstieg der Zahl der Menschen, die auf Sozialhilfe angewiesen sind (wegen Arbeitslosigkeit, zu niedriger Renten oder als Alleinerziehende). Hier ist mit einem weiteren Anstieg zu rechnen.
- Vermögenszuwächse durch:
 - **Erbschaften.** Die Berliner Volksbank geht davon aus, daß bis zum Jahr 2000 Vermögen im Wert von mehr als 3 Billionen DM vererbt werden. Zur Zeit erben die Bundesbürger durchschnittlich rund 200.000 DM. Insbesondere die 45- bis 55-jährigen profitieren hiervon; deshalb werden sie mitunter die "Generation der Erben" genannt.
 - **Zinsen und Dividenden.** Seit 1970 sind die Erträge aus Geldanlagen um mehr als das Fünffache auf über 130 Milliarden DM pro Jahr gestiegen.
- Einkommensentwicklung verläuft in zwei Richtungen:
 - einerseits allgemeiner Anstieg der verfügbaren Haushaltseinkommen
 - andererseits Zunahme des Zahl der Sozialhilfeempfänger und Niedrigverdiener
 - Erbschaften verschärfen diese "Scherenentwicklung" noch.
- Das West-Ost-Gefälle bei der Einkommensverteilung besteht weiterhin:



Die Gesellschaft der westlichen Industriestaaten befindet sich im Übergang. Mit Hilfe der Maslowschen Bedürfnispyramide lässt sich dies so darstellen: Da die Wertschätzungsbedürfnisse nahezu befriedigt sind, bewegen wir uns nun zu der Stufe, auf der Entwicklungsbedürfnisse wichtig werden (s. Pyramide)

Bedürfnishierarchie (nach Maslow)

	Allgemeine Erläuterungen	Touristische Beispiele
	Selbstverwirklichung, Unabhängigkeit, Freude, Glück	Reisen als Selbstzweck: Vergnügen, Freude, "Sonnenlust"
	Anerkennung, Prestige, Macht, Freiheit	Reisen als Prestige und gesellschaftliche Anerkennung
	Liebe, Freundschaft, Solidarität, Kontakt, Kommunikation	Private und gesellschaftliche Besuchsreisen (zur Kommunikation)
	Vorsorge für die Zukunft: Gesetze, Versicherungen	Reisen zur Sicherung des Grundeinkommens, z.B. zur Regeneration der Arbeitskraft, Handelsreisen, Kurreisen
Grundbedürfnisse	Essen, Trinken, Schlafen, Wohnen, Sexualität	Reisen zur unmittelbaren Deckung des Grundbedarfs, z.B. Fahrten zur Arbeitsstätte, evtl. Handelsreisen

Quelle: W. Freyer: Tourismus, München 1990, S. 62

Dieser Übergang manifestiert sich in einer Verschiebung der Werte:

Von →	zu
Pflichterfüllung	→ Selbstentfaltung
Arbeitsethos	→ Freizeitorientierung
Leistungsdenken	→ Lebensfreude
Orientierung an Quantitäten	→ Orientierung an Qualitäten
Bildung als Privileg	→ Bildung als Selbstverständlichkeit

Gleichzeitig kommt auf der obersten Stufe der Pyramide auch die Angst auf, das Erreichte wieder zu verlieren. Deshalb spielen "Umwelt" und "Gesundheit" (mit den Unterpunkten "gesunde Ernährung", "Fitneß", "Natürlichkeit") als Leitlinien individuellen gesellschaftlichen Handelns eine große Rolle.

Alte und neue Wertvorstellungen bleiben in den 90er Jahren - nicht nur in der Gesellschaft, sondern auch innerhalb einer Person - nebeneinander bestehen. So kommen beispielsweise bei der immer stärker werdenden Bevölkerungsgruppe der jungen weiblichen Singles Selbstentfaltungswerte mit traditionellem Frauen-Bewußtsein, Leistungs-Ethos mit Anspruchsdenken und Hedonismus zusammen.

Das führt zu einem multioptionalen Konsumverhalten (Ja-aber-Struktur), das sich durch alle Zielgruppen zieht. Dieses ist:

- **Widersprüchlich:** Luxus-Konsum und Konsum-Verzicht, Sparen - insbesondere beim Grundbedarf - und Verschwenden treten gleichzeitig auf nach dem Motto "mal Hamburger", "mal Hummer".
- **Unberechenbar:** Die Freude am Neuen, am Experimentieren ist bestimmend, nicht die Produkttreue.
- **Erlebnis- und genußorientiert:** Ein Produkt darf nicht nüchtern sein, sondern muß ein bestimmtes Erlebnis, einen Genuß bieten.
- **Symbolorientiert:** Marken dienen als Chiffren der Selbstverwirklichung.
- **Ethik- und imageorientiert:** Gesellschaftlich verantwortungsvolles Handeln eines Unternehmens und sein "Image" spielen bei der Kaufentscheidung eine ebenso große Rolle wie objektiv feststellbare Produkteigenschaften.
- **Auf Individualität ausgerichtet:** Es besteht der Wunsch nach Unikaten, nach individuell maßgeschneidertem Service.
- **Gekennzeichnet durch hohes Selbstbewußtsein der Käufer:** die Konsumenten sind gut informiert und stellen Forderungen (z.B. bezüglich der Umweltverträglichkeit von Produkten).
- **Bestimmt durch relativ hohen Wohlstand und gute Bildung der Käufer:** Die Anforderungen an die Qualität der Produkte steigen

- Aufgabe des Marketing ist es, sich auf dem Wandel der Wertvorstellungen und des Konsumverhaltens in der Bevölkerung einzustellen und das Produkt auf die unterschiedlichen Wünsche und Bedürfnisse abzustimmen.
- Es gibt nicht mehr den klassischen Nachfrager, sondern eine Vielzahl von Käufergruppen mit voneinander abweichenden Ansprüchen an das Produkt und seine Vermarktung.

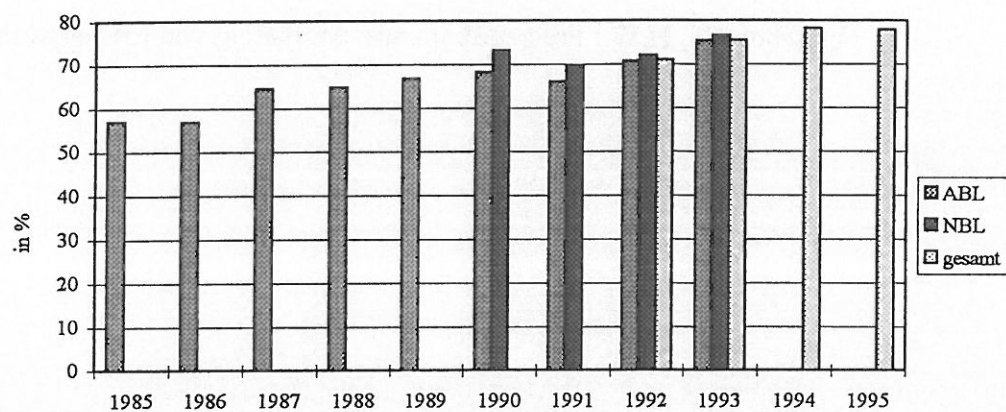
Literaturhinweise

- B.A.T Freizeit-Forschungsinstitut: Schöne, neue Freizeitwelt?, Hamburg 1994
- B.A.T Freizeit-Forschungsinstitut: Freizeit 2001, Hamburg 1992
- Opaschowski, H.W.: Freizeitökonomie: Marketing von Erlebniswelten, Opladen 1993

Wachsendes Einkommen und mehr Freizeit der Bundesdeutschen haben den Reisemarkt in den letzten Jahren entscheidend beeinflusst:

- Steigende Reiseintensität (Prozentsatz der Bundesbürger, die eine oder mehr Urlaubsreisen von mindestens fünf Tagen Dauer unternommen haben.)
Es fällt auf, daß die Abweichungen zwischen der Reiseintensität der alten und neuen Bundesbürger immer geringer werden, während es nun eine Art "Nord-Süd-Gefälle" in der Bundesrepublik gibt. - Die Süddeutschen sind offensichtlich reisefreudiger als die Norddeutschen.

Reiseintensität 1985-1995



*) Bevölkerungsanteil mit einer oder mehreren Urlaubsreisen von mind. 5 Tagen Dauer

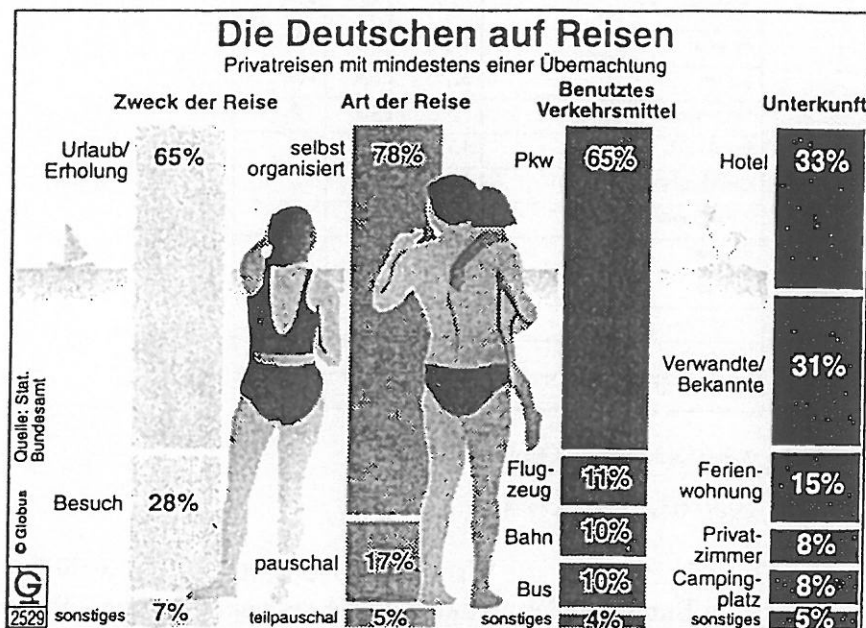
Quelle: Reppel + Partner 1997 nach Zahlen der RA, StfT und Urlaub + Reisen

Entwicklung des deutschen Urlaubsreisemarktes 1991-1995

Kennziffern	1991	1992	1993	1994	1995
Reiseintensität	67%	71%	75%	78%	78%
Reiseshäufigkeit	1,25	1,3	1,35	1,37	1,32
Anzahl der Reisenden	41,5	44,7	47,2	49,0	48,9
Anzahl der Haupturlaubsreisen (Mio.)	41,5	44,7	47,2	49,0	48,9
Anzahl zusätzl. Urlaubsreisen (Mio.)	10,2	13,9	16,2	18,2	15,5
Kurzurlaubsreisen (Mio.)	59,4	48,2	63,8	59,5	50,7
Anzahl Urlaubsreisen insgesamt (Mio.)	51,7	57,6	63,4	67,2	64,5
Zuwachsrate gegenüber Vorjahr		12%	10%	6%	-6%
Inlandsreise-Anteil insg. (% aller Url. Reisen)	38%	36%	35%	35%	34%
Auslandsreise-Ant. Insg. (% aller Url. Reisen)	62%	64%	65%	65%	66%
Anzahl der Inlandsreisen (Mio.)	19,6	20,9	22,4	23,5	22,0
Anzahl der Auslandsreisen (Mio.)	32,1	36,7	41,0	43,7	42,5
Index:					
Reisende	100	108	114	118	118
Haupturlaubsreisen	100	108	114	118	118
Zusätzliche Reisen	100	136	159	178	152
Urlaubsreisen insgesamt	100	111	123	130	125
Inlandsreisen	100	106	114	120	112
Auslandsreisen	100	114	128	136	132

N.I.T. (1996), Quelle: 1991 + 1992: Reiseanalysen des StfT; U+R 94; U+R 95; RA 96

- Das Statistische Bundesamt zählt jährlich ca. 120 Mio. Reisen mit Übernachtung, von denen ca. 2/3 Urlaubs- und Erholungsreisen darstellen.



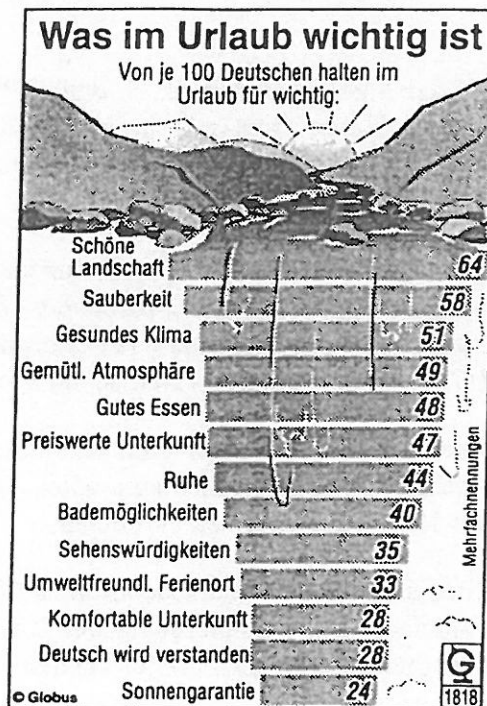
- Steigende Zahl der Mehrfachreisen (2., 3. und 4. Reise). Diese Reisen erfolgen meist als Kurzreise. Kurze Trips (z.B. in Form von Städtereisen) erfreuen sich bei den Bürgern der neuen Bundesländer noch größerer Beliebtheit als im Westen Deutschlands.
- Kurzurlaubsreisen besitzen eine große ökonomische Bedeutung: Sie machen bereits heute einen Anteil von einem Drittel aller Übernachtungen aus, und Kurzreisende geben 1,8mal soviel aus wie der normale Urlauber. (Quelle: nachrichten 1/1992 nach Zahlen des Deutschen Fremdenverkehrsverbands).
- Weiter zunehmende Arbeitslosigkeit kann sich jedoch in Zukunft dämpfend auf die touristische Nachfrage der Deutschen auswirken. Bei der ausländischen Nachfrage sind bereits seit 1991 Rückgänge zu verbuchen.
- 1995 verbrachten sowohl Westdeutsche als auch Ostdeutsche ihren Haupturlaub bevorzugt im Ausland. Bei den innerdeutschen Reisezielen lag Bayern an der Spitze der Beliebtheitsskala. Spitzenreiter bei den ausländischen Reisezielen war Spanien:

Reiseziele der Deutschen			
Ziele	1995 Prozent	Mio	1994 Prozent
Deutschland	34,1	22,0	34,9
Spanien	12,6	8,1	12,0
Italien	8,3	5,4	9,0
Österreich	7,3	4,7	7,5
Frankreich	4,3	2,8	4,4
Griechenland	3,8	2,5	3,6
Niederlande	2,2	1,4	2,4
Schweiz	2,1	1,4	2,2
Türkei	2,6	1,7	2,0
Osteuropa	5,3	3,4	4,9
Fernreisen	11,4	7,4	10,7
darin: USA/ Kanada	2,3	1,5	2,5

* ohne Kinder/ mind. 4 Übernachtungen

Quelle: Urlaub + Reisen 1996

Entscheidend für die Wahl des Urlaubsortes sind sowohl für die Bewohner der alten Bundesländer als auch für die der neuen Länder - folgende Kriterien:



Im Vergleich mit Befragten aus anderen Nationen ist für die Deutschen die Umweltfreundlichkeit ihres Ferienorts relativ wichtig.
(Quelle: B.A.T. Freizeutforschungsinstitut: Urlaub 92/ 93 - Tourismus im neuen Europa, Hamburg 1993.)

Folgende Beispiele zeigen auf, wie die verschiedenen Trends in den Angeboten Berücksichtigung finden könnten:

- Mit verstärkten Bausteinangeboten der steigenden Individualität entsprechen
- Interessante Angebote für Kurzaufenthalte schaffen (Wochenenden, Brückentage)
- Zielgruppengerechte Packages erstellen, z.B. Angebote für Wandervögel, ein langes Fahrradwochenende mit Routenvorschlägen, ein 5-tägiges Fitness-Programm für Senioren, usw.
- Attraktive Pauschalangebote auf der Basis einmaliger „Events“ oder laufender Veranstaltungen anbieten. Es muß kein Musical sein, auch traditionelle Volksfeste bieten sich z.B. an.
- Verstärkt themenbezogene Sonderaktionen starten, die dem zunehmenden Interesse an Bildung, Kunst, Kultur, Geschichte und heimischer Küche entsprechen (z.B. „Ein Land macht Geschichte“ in Sachsen-Anhalt, „Thüringer Bachwochen“, „Lutherjahr“)
- Den Erlebnisaspekt unterstreichen (z.B. „Erleben und Genießen“ in Sachsen)
- Die „junggebliebenen Alten“ mit Kur- und Gesundheitsurlaub ansprechen
- Familie und Alleinerziehende mit Kindern, Großeltern mit Enkeln oder Großfamilien durch spezielle Angebote ansprechen. (s.a. Leitfaden II, 2.113 „Familienfreundliches Angebot“ und 2.114 „Gestaltung eines familienfreundlichen Angebotes“)
- Qualität, ein faires Preis-Leistungsverhältnis und ein schlüssiges ökologisches Konzept sollten die Basis der Angebotsgestaltung darstellen.

Literaturhinweis

- Die Studie **Urlaub + Reisen** ist eine Untersuchung zur Erfassung und Beschreibung des Urlaubsverhaltens der Deutschen und ihrer Urlaubsmotive und Interessen. U+R erlaubt eine Beschreibung des aktuellen deutschen Urlaubsreisemarktes und die Analyse zukünftiger Entwicklungen insgesamt und in einzelnen Marktsegmenten.

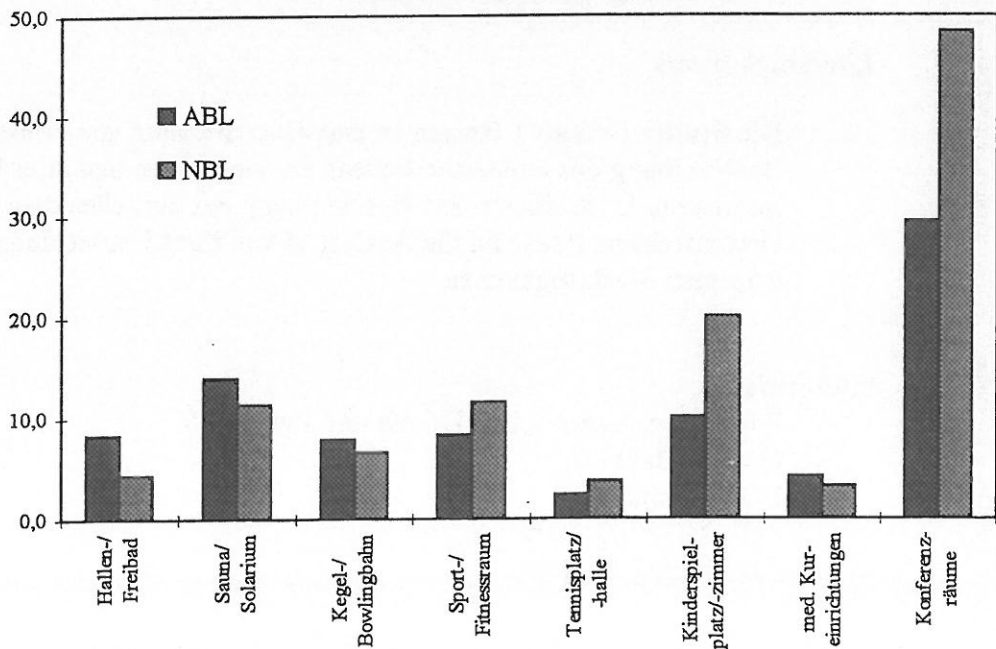
Informationen:

Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.
 Gruner +Jahr
 20444 Hamburg
 Tel.: 040/3703-2990
 Fax: 040/3703-5689

● Zahlen

- Im November 1995 gab es in Deutschland **45.878 (geöffnete) Beherbergungsbetriebe** mit einer Kapazität von neun und mehr Betten, davon entfielen
 - . 40.130 (87,5 %) auf die alten Bundesländer
 - . 5.748 (12,5%) auf die neuen Bundesländer
- Diese Betriebe verfügten über eine Übernachtungskapazität von **2,054 Millionen angebotenen Betten**, davon waren
 - . 1,75 Millionen (85,1%) in den alten Bundesländern
 - . 0,3 Millionen (14,9%) in den neuen Bundesländern
- Im früheren Bundesgebiet ist die Zahl der Betriebe in den letzten 10 Jahren insgesamt gesunken, während die Zahl der Schlafgelegenheiten stieg (Tendenz zu größeren Betrieben)
- Verbessert hat sich die qualitative Ausstattung (80% der Zimmer haben Bad/Dusche und WC, West: 82%, Ost: 66%)
- Dies gilt auch für die Ausstattung mit Sport- und Freizeiteinrichtungen. Hier sind die ostdeutschen Betriebe bereits besser ausgestattet als die westdeutschen: 33% der ostdeutschen Betriebe verfügen über eigene Sport- und Freizeiteinrichtungen gegenüber 29% in Westdeutschland

Ausstattung der Beherbergungsbetriebe mit Zusatzeinrichtungen in %



(Quelle: Statistisches Bundesamt, 1994, 1996)

- **Entwicklungen**

- Das Hotel- und Gaststättengewerbe bleibt (vor allem auch im Osten Deutschlands) eine Wachstumsbranche, gleichzeitig nimmt aber ebenfalls der Wettbewerb zu.
- In der Hotellerie steigen die Kapazitäten schneller als die Nachfrage, die gegenwärtige Situation ist vom Verdrängungswettbewerb gekennzeichnet, besonders in den ABL hat ein immenser Rückgang der Gasthöfe- und Pensionen eingesetzt.
- Konkurrenz kommt ins Gaststättengewerbe:
 - von ausländischen Anbietern und Seiteneinsteigern, die keine gastronomische Ausbildung haben
 - von spezialisierten Partyservice-Firmen
 - vom Einzelhandel, der nach § 2 des Gaststättengesetzes die Möglichkeit hat, Kunden während der Ladenöffnungszeit mit Speisen und Getränken zum Verzehr an Ort und Stelle zu versorgen.
- Die Entwicklung geht zu größeren **Betriebstypen**
 - Internationale Hotelketten und Systemgastronomie gewinnen immer mehr Raum
 - **Kooperation** wird für Privathotels immer wichtiger
 - Konzentrationsprozesse sind auch im Gastronomiebereich auf dem Vormarsch
- Hotels einerseits und Ferienwohnungen/Ferienzentren andererseits liegen im Trend; Gasthöfe, Privatquartiere und Pensionen mit noch nicht marktgerechter Ausstattung müssen Einbußen hinnehmen
- Neue Vertriebsformen gehen an den Markt (z.B. Franchising, Joint-Venture-Finanzierungen u.a.)
- Um den vielfältigen Ansprüchen der Gäste Rechnung zu tragen, dürfte es zu einer **Spezialisierung** des Hotel- und Gaststättenangebots kommen.

- **Erwartungen der Gäste**

- Die Gäste erwarten generell:
 - die Bereitstellung von Leistungen höherer **Qualität**
 - ein angemessenes **Preis-Leistungs-Verhältnis**
 - guten **Service**.

- Die Kurgäste erwarten im Kurort:
 - . Angebot an gesunder Küche (z.B.: Schon-, Diät- und vegetarische Kost)
 - . verstärkt individuelle Betreuung seitens der Gastgeber
 - . indikationsgerechte Ausstattung der Betriebe

- Qualität bedeutet:

Funktion und Ambiente

Die Deutschen legen in ihrer häuslichen Umgebung immer mehr Wert auf schöne Wohnungseinrichtung (für 86% der zwischen 18- und 64jährigen ist sie von Bedeutung, siehe AFB Wirtemagazin, 1/92). Und im Urlaub möchten sie "nicht schlechter wohnen als zuhause".

Deshalb wünschen sie:

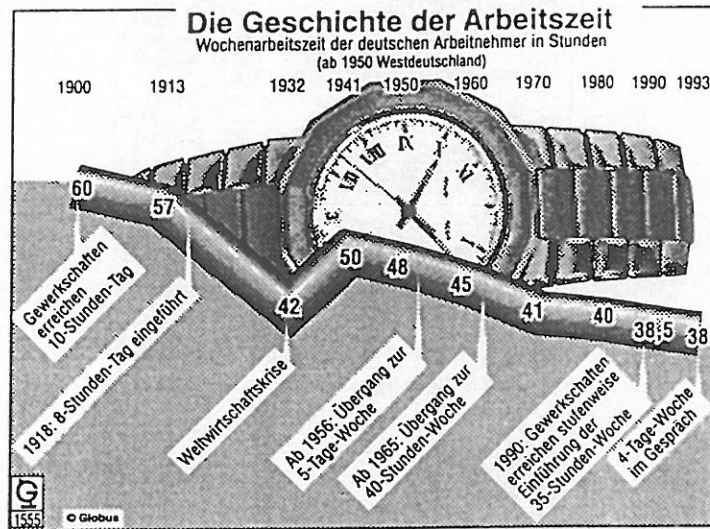
- . zweckmäßige Ausstattung (Dusche/WC im Zimmer ...)
- . und geschmackvolle Einrichtung.

Wichtige Motive für einen Gastronomiebesuch sind heute - über Essen und Trinken hinaus - Atmosphäre, Erlebnis, Emotion, Sehen und Gesehenwerden.

- Wegen des gestiegenen Gesundheitsbewußtseins erwarten die Gäste vielfach natürlichere, frischere und **gesündere Ernährung** - auch im Außer-Haus-Verzehr.
- Gäste und Behörden verlangen immer stärkere **Umweltorientierung**. Diesen Forderungen sollte man durch frühzeitige Maßnahmen (z.B. durch neue Konzepte zur Abfallvermeidung und -beseitigung) zuvorkommen und sie so in einen Marktvorteil ummünzen.

In den letzten Jahren konnte eine immer stärker werdende Freizeitorientierung festgestellt werden. Dies zeigt sich in folgenden Bereichen:

- Freizeit „verdrängt“ die Arbeitszeit:
Waren ein 10-Stunden-Tag im Jahr 1900 sowie eine 50-Stunden-Woche 1950 noch selbstverständlich, so lautet das Ziel für das Jahr 2000 „35-Stunden-Woche“. Die durchschnittliche Urlaubsdauer verdoppelte sich in den letzten 30 Jahren von 15,5 auf 30,7 Tage.

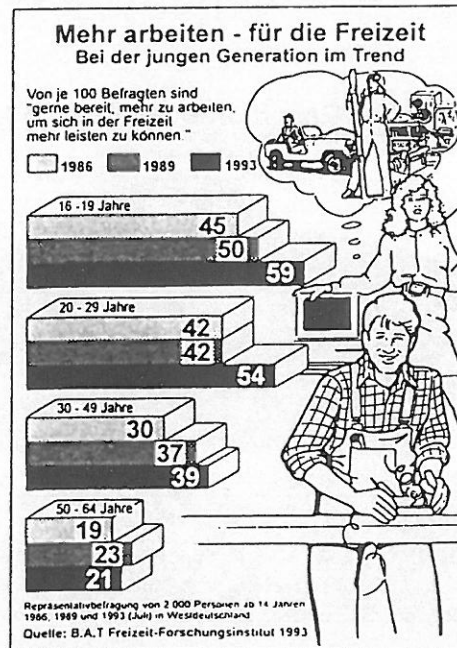


- Steigende Freizeit Ausgaben:
Ein mittlerer Arbeitnehmerhaushalt gab 1993 in Ostdeutschland 6.643.- DM und in Westdeutschland 9.025.- DM für die Freizeit aus. Bei der Bevölkerungsgruppe Singles dürften die Ausgaben erheblich höher liegen.



Wertewandel:

Der arbeitsfreien Zeit wird gegenüber der Arbeitszeit ein immer höherer Stellenwert eingeräumt, wobei 46% der Ostdeutschen und 33% der Westdeutschen bereit sind, mehr zu arbeiten, um sich in der Freizeit mehr leisten zu können. Besonders stark ausgeprägt ist diese Haltung bei der jungen Generation.



Die "Schattenseiten der Freizeitwelt" werden jedoch auch gesehen

- Jeder 3. Deutsche hat bereits das Gefühl, in der Freizeit zuviel Geld auszugeben
- Zur Freizeitgestaltung wird verstärkt eine Freizeitindustrie benötigt
- Gemeinsames Familienglück wird zunehmend durch individuelles Freizeitvergnügen ersetzt: 63% der Singles glauben, daß mehr persönliche Lebenserfüllung gewährt ist, wenn man immer nur an sich denkt
- Übertriebener Konsum in der Freizeit führt bei vielen Menschen zu einer Art „Freizeit-Streß“. Das Motto lautet: „Möglichst viel sehen und erleben in möglichst kurzer Zeit“.

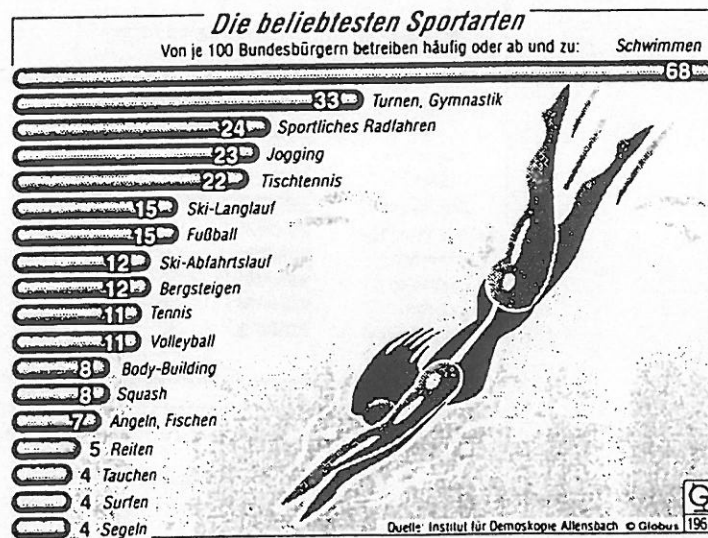
Weitere Entwicklungen sind:

- Spaß, selbst aktiv sein und die Selbstverwirklichung werden weiter an Bedeutung zunehmen. Hieraus ergibt sich beispielsweise der Trend zu speziellen Sport/Aktiv-Urlauben: Radfahren/Mountain-Biking, Wandern ohne Gepäck, Golf- oder Schwimmlaube sind nur einige Beispiele.

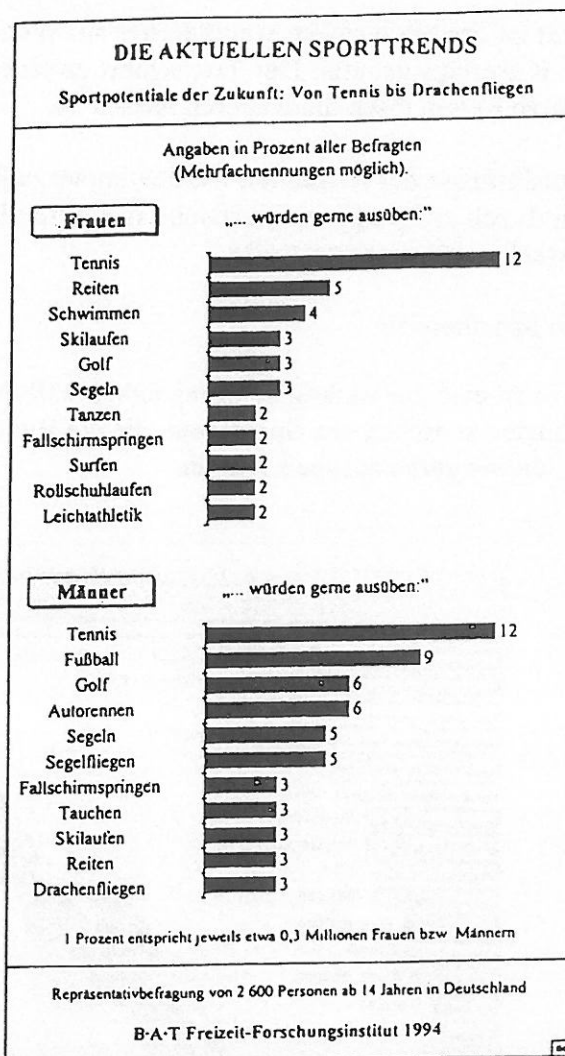
- Die **Mobilität** zu Freizeitzwecken steigt weiter an. Wochenenden und Brückentage werden für **Kurztrips** genutzt. Der Trend führt zu einem Reisen rund ums Jahr. Mehrere kurze Reisen lösen die längeren Reisen ab.
- Die Freizeitbedürfnisse der Reisenden werden immer individueller ausfallen. Dieser Trend kann durch **zielgruppenspezifische individuelle Angebote** durch die Fremdenverkehrsorte genutzt werden.

Aktuelle Trends im Sportbereich:

- Sport treiben ist eine der wichtigsten Freizeitbeschäftigungen. Es ist auch hier wichtig zu unterscheiden zwischen den Sportarten, die die Bundesbürger betreiben und denjenigen, die sie gerne ausüben würden.



- Durch die Kombination von Sport, Spiel, Spaß, Geselligkeit und steigendem persönlichen Wohlbefinden kommt dem Freizeitsport auch in Zukunft eine große Bedeutung bei den Freizeitaktivitäten zu. Eine Studie des BAT Freizeitforschungsinstitutes (Neue Trends im Freizeitsport, Hamburg 1994) sieht folgende Sportpotentiale für die Zukunft:



Quelle: B.A.T. Freizeit-Forschungsinstitut, Neue Trends im Freizeitsport, Hamburg 1994

Zu den oben aufgeführten Sportarten gesellen sich noch die sogenannten **Trendsportarten**, die zur Zeit weltweit boomen. In diese Kategorie sind einzuordnen:

- Mountain-Biking
- Jogging
- Wogging
- Trimming
- River-Rafting
- Paragliding
- Trekking
- Free-Climbing

Für Fremdenverkehrsorte stellen diese Trendsportarten eine interessante Möglichkeit dar, neue Gästegruppen für den Ort zu gewinnen. Hierzu müssen Trends frühzeitig

erkannt und entsprechende Angebote entwickelt werden (z.B. ein langes Mountain-Bike-Wochenende).

Kultur liegt voll im Trend:

- Das Interesse an Kulturveranstaltungen nimmt stetig zu. Gründe hierfür finden sich neben der steigenden Freizeit insbesondere in dem weiter steigenden Bildungsniveau der Bevölkerung (B.A.T. Freizeit-Forschungsinstitut, Freizeit 2001). Nach John Naisbitt wird die Kultur den Sport als wichtigste Freizeitbeschäftigung ablösen (Naisbitt 1990).
- Das Kulturangebot eines Fremdenverkehrsortes wird entsprechend beim Wettbewerb um Gäste an Bedeutung gewinnen. Ziel der Fremdenverkehrsorte sollte die Schaffung eines ausgewogenen Kulturprogramms, z.B. mit Kunstaustellungen, Veranstaltungen im Museum, Trachtenfesten, Musik- und Theaterfestivals, Kulturwochen usw., sein.

Literaturhinweise:

- B.A.T. Freizeit-Forschungsinstitut, Neue Trends im Freizeitsport, Hamburg 1994
- B.A.T. Freizeit-Forschungsinstitut: Schöne, neue Freizeitwelt?, Hamburg 1994
- B.A.T. Freizeit-Forschungsinstitut: Freizeit 2001, Hamburg 1992
- G+J-Branchenbild Tendenzen, Interessen im Freizeitbereich, Verlag Gruner + Jahr, 1993
- G+J-Branchenbild Sport, Verlag Gruner + Jahr, 1993
- Opaschowski, H.W.: Freizeitökonomie: Marketing von Erlebniswelten, Opladen 1993

Das Marktsegment Sport im Bereich des Freizeitmarktes erfuhr in den vergangenen Jahren einen starken Aufwärtstrend. Immer häufiger wollen Erholungssuchende einen aktiven, sportlichen Urlaub machen. Sportliche Aktivitäten sind für immer mehr Menschen Bestandteil des Urlaubs geworden.

Allgemeine Trends im Sport

- Die Mitgliederzahl in Sportvereinen hat sich in den letzten 20 Jahren verdreifacht. Der Deutsche Sportbund verzeichnete 1995 ca. 25 Mio. Mitglieder; die Mitgliederzahl in Fitneßstudios von 1,1 Mio (1985) auf ca. 3,4 Mio. (1995) angestiegen.
(Quelle: Deutscher Sportbund 1995, Deutscher Sportstudio Verband 1995)
- Im Zuge der Gesundheitswelle und von großangelegten Kampagnen des Deutschen Sportbundes (DSB) sowie der Krankenkassen treiben immer mehr Menschen Sport
- Der prozentuale Zuwachs an Sportlern geht nicht mit einer entsprechenden Ausgabensteigerung für Sportartikel einher, da die Breitensportarten wie Schwimmen und Wandern wenig ausgabenintensiv sind
- Bei einigen Trendsportarten spielt andererseits die Ausstattung mit modernen Sportgeräten und modischer Kleidung eine immer größer werdende Rolle
- Kommerzielle Anbieter von organisiertem Sport drängen in Konkurrenz zu Sportvereinen auf den Markt, z.B. Fitneßstudios und Squashhallen
- Die Grenze zwischen Sport und anderen Formen der Freizeitgestaltung ist nicht mehr exakt zu ziehen
- Immer mehr ältere Menschen werden in der Zukunft Sport treiben
- Die Sportsaison wird durch Mehrfachreisen und durch die Entwicklung neuer Sportbekleidung verlängert

Motive, Sport zu treiben

- Sport soll in erster Linie Spaß machen und einen Ausgleich zum Alltags- und Berufsleben bieten sowie dem Erhalt der eigenen Gesundheit dienen
- Sport fördert das Gleichgewicht zwischen Körper und Geist
- Sport ist eine Herausforderung der eigenen Leistung
- Sport hat auch eine beachtliche sozialer Komponente, wie folgenden Motive, Sport zu treiben, zeigen:
 - Gruppen- und Mannschaftserlebnisse haben
 - mit Freunden und Bekannten etwas gemeinsam tun
 - neue Menschen kennenlernen

Wer treibt Sport?

- 45 % (22 Mio.) der westdeutschen Bevölkerung über 14 Jahren sind Freizeitsportler
- Jüngere Menschen treiben mehr Sport als ältere
- Je höher der Bildungsabschluß, desto größer ist der Anteil an sportlich Aktiven
- Das Interesse an Sportarten wandelt sich mit zunehmendem Alter. Z.B. nimmt das Interesse an Wanderungen im Urlaub mit steigendem Alter zu und gleichzeitig das Interesse an Schwimmen, Radfahren und Ballspielen ab

Trend zu neuen Sportarten

- Eine steigende Anzahl von alternativen Sportangeboten steht den Sportinteressierten zur Verfügung
- Insbesondere Sportaktivitäten, die Landschaft benötigen, nehmen zu (z.B. Mountainbikefahren); dadurch kommt es zu einem Konflikt zwischen Sport und Naturschutz
- Der Trend zu exklusiven Sportarten hält an; das Interesse am Mittelmaß geht immer mehr verloren:
 - Zu den Abenteuersportarten (z. B. Autorennen, Segelfliegen, Fallschirmspringen)
 - gesellen sich Extremsportarten (z. B. Triathlon, Marathonlauf, Überlebenstraining).
 - Natursportarten (Reiten, Radfahren) finden immer mehr Anhänger.
 - Auch Schausportarten (z. B. Basketball, Baseball) werden zunehmend attraktiv.

(Quelle: Opaschowski: Neue Trends im Freizeitsport 1994)

- Tennis und Golf bleiben für alle Altersgruppen Traumsportarten, bei der jungen Generation ist Fallschirmspringen im Aufwind. Fürs Autorennen begeistern sich insbesondere die 40 bis 49jährigen. Im Skisport sinkt jedoch die Nachfrage - und das weltweit.
- (Quelle: Opaschowski: Neue Trends im Freizeitsport 1994)*
- Bis 1995 wird die Nachfrage nach Golf eine erhebliche Steigerung erfahren; 1992 zählten 346 Golf-Clubs 163.272 Mitglieder (dreimal mehr als noch vor zehn Jahren), hinzu kamen 20.000 - 30.000 Golfer, die keinem Club angehörten
 - Badminton liegt im Trend. Die Zahl der Badmintonanlagen (meist in Kombination mit Squashcentern oder Hallentennisanlagen) stieg von 80 im Jahr 1990 auf rund 450 im Jahr 1993. Der Umsatz wird sich von 185 Millionen DM (1993) bis 1999 auf 320 Millionen DM erhöhen (Schätzung der BBE-Unternehmensberatung)

- Freizeit- und Spaßbäder erfreuen sich derzeit steigender Beliebtheit (der Schwerpunkt der Neueröffnungen liegt in den neuen Bundesländern)

Sport im Urlaub

- Nach Ergebnissen der Reiseanalyse 1992 des Studienkreises für Tourismus kommt für 13,9 Millionen Bundesbürger (davon 3,9 Millionen Ostdeutsche) in den Jahren 1993, 1994 und 1995 bestimmt oder wahrscheinlich ein **Winterurlaub im Schnee** in Frage
- 7,6 Millionen Bundesbürger (davon 1,4 Millionen aus den neuen Bundesländern) haben 1993, 1994 und 1995 Interesse an einem **Sporturlaub im Sommer**
- Unter den aktiv im Urlaub ausgeübten Sportarten liegt Schwimmen mit 26,5 % vorne, gefolgt von Wandern (17,7%). Während anteilig deutlich mehr Westdeutsche (28,3%) als Ostdeutsche (20,1%) schwimmen, steht bei den Ostdeutschen das Wandern im Vordergrund (24,4% im Osten zu 15,9% im Westen).
Mit Abstand folgen Sportarten wie Radfahren, Ballspiele, Tennis und Jogging.

(Quelle: Reiseanalyse 1992 des Studienkreises für Tourismus)

- Wintersport:

- etwa 3,5 Millionen Alpinskifahrer in den ABL (Kerngruppe, die 1 Woche oder länger pro Saison Alpinskilaf betreibt)
- etwa 5,5 . 6 Millionen Alpinskifahrer in den ABL, wenn diejenigen miteinberechnet werden, die weniger als eine Woche skifahren und nicht regelmäßig jede Saison Wintersport betreiben
- ca. 2,2 Millionen Langläufer (diese Gruppe überschneidet sich z.T. mit den Alpinskiläufern)
- für die neuen Bundesländer liegen noch keine konkreten Zahlen vor

- Trends im Wintersport:

- in den ABL ist das größte Potential erreicht: die Zahl der Alpinskiläufer stagniert, die der Langläufer steigt nur noch leicht an
- in den NBL sind noch Zuwachsraten zu erwarten

(Quelle: Angaben des Deutschen Skiverbandes, 1993)

Kur

- In der Bundesrepublik Deutschland sind 289 Heilbäder und Kurorte vom Wirtschaftsverband Deutscher Heilbäder und Kurorte erfaßt
- Hinzu kommen Orte und Kureinrichtungen in den neuen Bundesländern, die zwar anerkannt sind und in denen Kuren durchgeführt werden, aber bisher nicht Mitglied des WDHK sind
- Angebot und Nachfrage verteilt sich im Jahr 1995 wie folgt auf die alten und neuen Bundesländer

	gesamt	ABL	NBL
Heilbäder und Kurorte, Kurortunternehmen ¹⁾	289	267	22
Ankünfte (in Tsd.) ¹⁾	9.686	9.345	341,4
privat (in Tsd.)		7.723	
sozial (in Tsd.)		1.621	
Übernachtungen (in Tsd.) ¹⁾	115.578	111.474	4.103,9
privat (in Tsd.)		70.111	
sozial (in Tsd.)		41.363	
Abgegebene Kurmittel (in Tsd.) ¹⁾		33.501	
Betten für Kurgäste (in Tsd.) ¹⁾		764	
Sanatorien und Kurkrankenhäuser ²⁾	1.141	997	144
Betten in Sanatorien und Kurkrankenhäusern ²⁾	172.054	149.018	23.036
ca. Arbeitsplätze im Heilbäder- und Kurwesen ²⁾	310.000		

1) Quelle: Deutscher Bäderverband

2) Quelle: Statistisches Bundesamt

- Folgende Faktoren sprechen dafür, daß auch in Zukunft ein großes Nachfragepotential für Heilbäder und Kurorte - in den alten wie in den neuen Bundesländern - vorhanden sein wird:

- das steigende Gesundheitsbewußtsein der Bevölkerung

- die Zunahme chronischer Krankheiten - insbesondere der sogenannten Zivilisationskrankheiten

- der Trend zu natürlichen Heilmitteln

Wechsel von einer stark naturwissenschaftlich orientierten Medizin hin zu ganzheitlichen Behandlungsformen

die höhere Lebenserwartung, die zu einem starken zahlenmäßigen Wachstum der Bevölkerungsgruppe der Über-60jährigen führt.

- Folgende Einflußgrößen werden sich jedoch negativ auswirken:

das private Ausgabeverhalten für Gesundheit wächst nicht in gleichem Maße wie das Gesundheitsbewußtsein ("Gesundheit ist Gold wert, aber nicht Geld.")

verschärfte gesetzliche Rahmenbedingungen

Seit 1977 hat der Gesetzgeber immer wieder versucht durch Gesetze die Kosten im Gesundheitswesen zu dämpfen. In der jüngsten Vergangenheit haben sich insbesondere das Gesundheitsreformgesetz von 1988 (GRG) und das Gesundheitsstrukturgesetz von 1992 (GSG) ausgewirkt.

- Zur Zeit wird die sogenannte "3. Stufe der Gesundheitsreform" verwirklicht. Hierzu gehören:

das "Gesetz zur Entlastung der Beiträge in der gesetzlichen Krankenversicherung" (Beitragsentlastungsgesetz - BeitrEntlG) als Teil des "Programms für mehr Wachstum und Beschäftigung"

das 1. und 2. Gesetz zur "Neuordnung von Selbstverwaltung und Eigenverantwortung in der gesetzlichen Krankenversicherung" (1. und 2. NOG)

Bislang sind folgende gesetzliche Änderungen für ambulante und stationäre Kuren beschlossen (Stand 12/96):

Zum 1. Oktober 1996

Nur stationäre Kuren

.. Pro Kurwoche können, sofern keine ausdrücklich anders lautenden Tarifvereinbarungen bestehen, 2 Tage Urlaub angerechnet werden

Zum 1. Januar 1997

Nur stationäre Kuren

.. Die Regelkurdauer wird von 4 auf 3 Wochen verkürzt

.. Die Zuzahlung für jeden Kurtag beträgt DM 25 in den alten (bisher DM 12) und DM 20 in den neuen Bundesländern (bisher DM 9). Kinder und Jugendliche bleiben zuzahlungsfrei. Für Mütterkuren gelten die alten Sätze weiter.

.. Bei Heilmaßnahmen, die einem Krankenhausaufenthalt gleichzusetzen sind, und bei Anschlußheilbehandlungen müssen Versicherte über 18 Jahre wie bisher DM 12 in den alten und DM 9 in den neuen Bundes-

ländern befristet auf 14 Tage zuzahlen, wobei u.U. vorher geleistete Zahlungen für die Krankenhausbehandlung berücksichtigt werden.

Stationäre und ambulante Kuren

.. Der zeitliche Abstand zwischen 2 Kuren wird von 3 auf 4 Jahre verlängert. In medizinisch begründeten Fällen gibt es Ausnahmen.

- Die Schätzungen zu den Auswirkungen der Sparmaßnahmen schwanken. Die Resolution des 92. Deutschen Bädertages nennt folgende Zahlen:

- ./ 390.000 Kuren bei stationärer Rehabilitation

- ./ 150 von Rentenversicherungen belegte Kliniken

- ./ 22.000 direkt betroffene Arbeitsplätze

- ./ 8.000 Arbeitsplätze in kleineren und mittleren Häusern

- Verlust indirekter Arbeitsplätze

- ./ 40.000 Arbeitsplätze insgesamt

Quelle: Resolution des 92. Deutschen Bädertages

- Nach einer Expertenbefragung von Reppel + Partner im Jahre 1993 werden als Maßnahmen zur Sicherung der ambulanten Kur u.a. genannt:

- Aufwertung des Images (die ambulante Kur hat ein schlechtes/diffuses Image bei Ärzten, Meinungsträgern und Multiplikatoren)

- Klare Formulierung des Ortsprofils in den Kurorten

- Intensivierung der Kurforschung (detaillierte Evaluierung der Wirkung und Wirksamkeit der natürlichen Heilmittel)

- Qualitätssicherung/-verbesserung

- Verbesserung des Angebots an durchstrukturierten, indikationsbezogenen ambulanten Kuren (z.B. durch die sogenannten "Kompaktkuren")

Das neue Konzept der "ambulanten wohnortnahen Prävention und Rehabilitation" der Sozialversicherungsträger kann einerseits eine Chance für die Heilbäder und Kurorte darstellen, die ihre Erfahrung, Kompetenz und therapeutische Infrastruktur zur Umsetzung anbieten können. Es kann jedoch andererseits zusätzliche Konkurrenz bzw. Einbußen für Beherbergungsbetriebe bedeuten (wenn Therapie-Maßnahmen in Arztpraxen durchgeführt werden und/oder die Patienten ihre Unterkunft nicht mehr im Kurort nehmen).

- Nach Angaben des seit Juli 1995 geltenden Kurarztvertrag wirken die Vertragspartner darauf hin, daß nach einer Übergangszeit Kuren grundsätzlich nur in solchen Heilbädern und Kurorten durchgeführt werden, die den Qualitätsanforderungen der

"Gemeinsamen Grundsätze für ambulante Vorsorge- und Rehabilitationskuren" zwischen den Spitzenverbänden der Krankenkassen und dem Deutschen Bäderverband entsprechen. Die näheren Einzelheiten, insbesondere der Qualitätssicherung, werden vertraglich geregelt.

- In Zukunft verschärft sich der Wettbewerb zwischen den Heilbädern und Kurorten nicht nur auf nationaler Ebene, sondern vor allem international:

Wettbewerb innerhalb der Europäischen Union:

Das Bundesversicherungsamt hat auf Empfehlung des Bundesgesundheitsministeriums die Kurtouristik ins Ausland eingeschränkt. Alle (Ersatz-) Krankenkassen, die mit ausländischen Kureinrichtungen direkt Abrechnungsverträge geschlossen haben, wurden aufgefordert, diese umgehend zu kündigen. Davor war es z.B. möglich, daß Versicherte der Barmer Ersatzkasse (BEK) ambulante Kuren im italienischen Staatsbad Montecatini Terme direkt mit ihrer Krankenkasse abrechneten.

Wie sich aber die langfristige Entwicklung darstellt, kann derzeit überhaupt nicht eingeschätzt werden. Mit einem Abflußsaldo ist jedoch auf Dauer zu rechnen:

- .. Anbieter aus Italien und Frankreich, aber auch aus den Niederlanden, Belgien, Dänemark, Griechenland, Luxemburg, Spanien und Portugal, die deutsche Qualitäts- und Ausstattungsvorgaben einhalten und Versorgungsverträge bekommen, werden Kurgäste aus Deutschland abziehen können.
- .. Deutsche Investoren könnten im Ausland aktiv werden und dort Kliniken und Sanatorien nach deutschem Vorbild errichten

Wettbewerb mit Ländern Osteuropas

In Ländern wie der Tschechischen Republik und Ungarn haben Kuren traditionell einen bedeutenden Stellenwert. Die Einrichtungen verfügen über hohe medizinische Kompetenz, das Kurangebot ist preiswert.

- Gleichzeitig ist mit **keiner stärkeren Nachfrage aus dem Ausland** zu rechnen. Der derzeitige Anteil von Ausländern an Übernachtungen in westdeutschen Kurorten beträgt nur etwas mehr als 3%, eine wesentliche Erhöhung ist unwahrscheinlich - entweder weil die Kurortmedizin in den anderen Ländern kaum der Bevölkerung bekannt ist oder weil eine Kur in Deutschland zu kostspielig wäre.

Gesundheitstourismus

- Der Gesundheitsurlaub
 - verbindet Urlaubs- und gesundheitsfördernde Aktivitäten miteinander
 - ist von variabler Dauer (meist kürzer als die Kur)
 - und wird vom Gast ausschließlich selbst finanziert
- Die Marktforschungs-Studie "Urlaub + Reisen 1995" geht von einem Potential von 14,27 Millionen Bundesbürgern für eine Kur oder einen Gesundheitsurlaub in den nächsten 3 Jahren aus.
- Ergebnisse einer Reppel + Partner - Repräsentativbefragung zum Gesundheitsurlaub waren
 - das Interesse ist bei Frauen stärker ausgeprägt als bei Männern
 - geeignetste Orte für einen Gesundheitsurlaub sind nach Einschätzung der Befragten Kurorte und Heilbäder in Deutschland
 - je jünger die Befragten, desto wichtiger ist Lebenslust, Sport und Fitneß als Angebotsbestandteil

1. Ausgangssituation

Über die seit Oktober 1996 in Kraft getretene Gesetzesregelung im Gesundheitssektor wird sich die Situation im deutschen Kur- und Bäderwesen weiter verschärfen. Folgende Regelungen zur Kostensenkung sind vorgesehen:

- Die stationäre Rehabilitation soll generell nur noch drei statt vier Wochen dauern.
- Die Eigenbeteiligung wird von DM 12 auf DM 25 in den ABL und von DM 9 auf DM 20 in den NBL erhöht.
- Die Karenzzeit zwischen den stationären Rehabilitationsbehandlungen soll von drei auf vier Jahre erhöht werden.
- Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer sollen zwei Tage Urlaub je Reha-Woche einbringen

Außerdem ist vorgesehen die Gutachterpraxis zu verschärfen und auf Vorsorgekuren zu verzichten. Anschlußheilbehandlungen sollen künftig verstärkt wohnortnah und ambulant erfolgen. Darüber hinaus soll im neuen Kurarztvertrag festgelegt werden, daß ambulante Kuren nur noch in den Orten durchgeführt werden, die gleichzeitig kurintegrierte Maßnahmen anbieten (z.B. Ernährung, Gesundheitsbildung).

2. Schlußfolgerung

Aufgrund der drastischen Einsparungen ist trotz der Zunahme chronischer Krankheiten und der höheren Lebenserwartung der Bevölkerung langfristig mit einem Rückgang der Belegungszahlen im stationären Kurbereich zu rechnen. Infolge der zu erwartenden verringerten Zuweisung von Patienten über die Kostenträger, wird die Ansprache von privatzahlenden Gästen Bedingung für die Wirtschaftlichkeit des örtlichen Kur- und Gesundheitssektors.

3. Zielvorgaben

Aufgrund der neuen Gesetzesregelung lassen sich für Bad Doberan folgende Zielvorgaben definieren:

- Fortentwicklung der kurspezifischen Infrastruktur als Voraussetzung für ein qualitatives Angebot
- konsequente Entwicklung des Stadtbildes, der allgemeinen und der touristischen Infrastruktur in Hinblick auf die Schaffung einer kurörtlichen Atmosphäre
- Stärkung der ambulanten Kur bzw. der Kompaktkur
- Steigerung der medizinischen Qualität und Kompetenz
- Konzentration auf bestimmte Krankheitsbilder im Rahmen des spezifischen Bad Doberaner Indikationsspektrums

- Ergänzung des Kurangebotes durch gesundheitserhaltende und verhaltenspräventive Maßnahmen (Patienten-Gesprächs-Seminare, Ernährungsberatung, Entspannungstechniken, Bewegungstraining etc.)
- Erschließung von Rand- und Nebensortimenten
- Förderung von Einrichtungen und Angeboten, die eine aktive und individuelle Urlaubsgestaltung ermöglichen
- aufeinander abgestimmte Entwicklung der Bad Doberaner Angebotelemente als Voraussetzung für die Positionierung auf dem Markt

Einen "Markt" im traditionellen Sinne gibt es natürlich nicht, eher "Potentiale" in Diagnose und Behandlung (bei Krankheiten). Aus der Vielfalt der Trends und Tendenzen - die sich aus Entwicklungen und Zukunftsstudien ergeben - sollte jeder Kurort in Abstimmung auf seine natürlichen Kurmittel die wesentlichen Nachfrage-Potentiale für sich ermitteln. Sie sollten künftige Produktgestaltung und Investitionen bestimmen.

Es ist schwierig, genaue Zahlen für die Patienten mit bestimmten Krankheiten zu ermitteln, denn:

- Die Datenlage über Krankheitsstrukturen der bundesdeutschen Bevölkerung ist unzulänglich (trotz der enormen gesamtpolitischen Bedeutung des Gesundheitswesens)
- Die repräsentativen Befragungen des Statistischen Bundesamts (im Rahmen der Mikrozensus-Erhebung in zweijährigem Turnus) besitzen nur beschränkte Aussagekraft

Allgemeine Trends:

- Infektions- und Mangelkrankheiten gehen zurück.
- Chronische Krankheiten - besonders in Form von Zivilisationskrankheiten - gewinnen an Bedeutung. Besonders hohe Zuwachsraten von ca. 30% pro Jahrzehnt sind bei den Allergien zu verzeichnen; nach Schätzungen des Allergiker- und Asthmatikerbundes leiden 1994 ca. 30 Mio. Deutsche an einer Allergie.
(Quelle: Focus 12/1994)
- Erkrankungen der Atmungsorgane (insbesondere chronische Bronchitis und Asthma) nehmen mit Verschlechterung der Umweltbedingungen zu.
- Erkrankungen von Herz und Kreislauf:
 - . Jeder 2. erkrankt an Herz und Kreislauf.
 - . Herzinfarkt ist Todesursache Nr. 1.
- Erkrankungen des Bewegungsapparats:
 - . Rückenleiden verursachen den größten Ausfall an Arbeitstagen.
 - . Sportunfälle nehmen zu.
 - . 1,5 Millionen Sportverletzungen treten jährlich auf.

- Hauterkrankungen

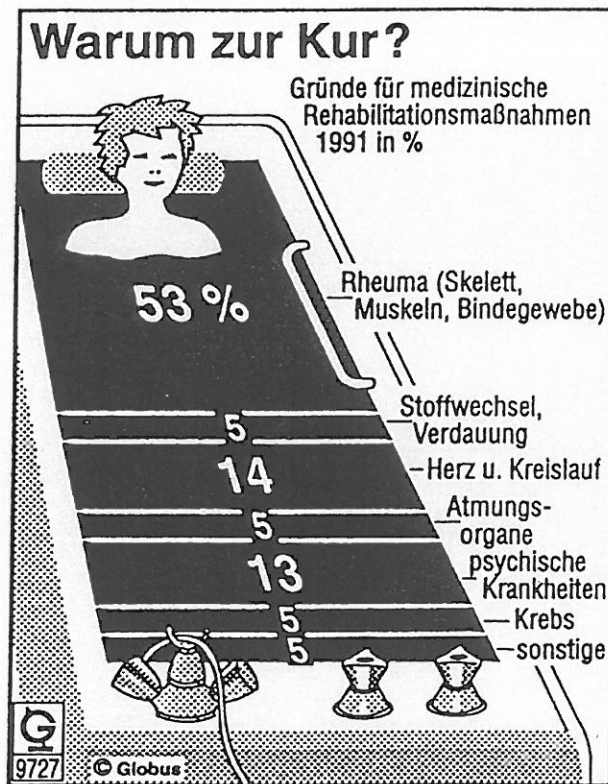
· Rund 4 Millionen Kinder und Erwachsene (etwa 4% der Bevölkerung) leiden an Psoriasis.

· In der Bundesrepublik gibt es ca. 3 Millionen Neurodermitiskranke. Die Zahl der Krankheitsfälle steigt jährlich um 7%.

- Rheuma:

· 13 Millionen Rheumakranke gab es 1990 in den ABL; davon bedürfen 3,9 Millionen (5% der Bevölkerung) ständiger Behandlung.

· Jede 2. Kur wird gegen "chronisches Rheuma" verschrieben, wie das Schaubild zeigt



· Rheuma wird als typische Alters- bzw. Stoffwechselerkrankung weiter zunehmen.

- Allergien nehmen stark zu. Allein in Westdeutschland leiden 25 Millionen Menschen daran. Die Hälfte aller Allergien werden durch Blüten- und Pollenstäube ausgelöst, etwa ein Drittel durch Hausstaub.
- Psychosomatische Erkrankungen werden ebenfalls immer häufiger.

(Quelle: Angaben der Verbände wie Deutsche Rheumaliga, Deutscher Psoriasis-Bund, Bundesverband Neurodermitiskranker in Deutschland e.V. u. a.)

- Das **Umweltbewußtsein** der Touristen ist in den letzten Jahren deutlich gestiegen:
(Quelle: BAT Freizeit-Forschungsinstitut: 1. Europäische Tourismusanalyse 1994)
 - . 1985 bemerkten knapp 30% der Reisenden Umweltprobleme während des Urlaubsaufenthaltes, 1991 waren es bereits nahezu doppelt so viele, nämlich 54,8%. (Quelle: Reiseanalyse des Studienkreises für Tourismus)
 - . Bevölkerung verzichtet mehrheitlich auf das Auto am Urlaubsort, wenn die autofreie Infrastruktur und der Service am Ort "stimmen".
 - . Für mindestens zwei von fünf Bürgern ist die Verkehrsberuhigung "persönlich" entscheidend bei der Auswahl eines Urlaubszieles.

- Auf die Frage nach ihren **Reisemotiven** gaben 1992 die Befragten der Reiseanalyse an:
 - . 60,9% (das entspricht 27,2 Millionen Bundesbürgern): "Natur erleben"
 - . 53,7% (ca. 24 Millionen Bundesbürger): "Reine Luft, sauberes Wasser, aus der verschmutzten Umwelt herauskommen"

- Schwache Belastungen werden noch hingenommen. Fühlen sich die Gäste jedoch in größerem Ausmaß gestört (wie z.B. durch das Algenwachstum an der Adria, steigende Lawinengefahr in den Alpen), wechseln sie das Urlaubszielgebiet

- Der Tourismus ist jedoch nicht nur Leidtragender, sondern auch Verursacher von Belastungen (Verkehr, Müll, Abwasser etc.)

- Der Zukunftsforscher Robert Jungk prägte 1980 den Begriff des "**sanften Tourismus**" und stellte in einer sogenannten Kontrastliste Formen des harten und des sanften Reisens gegenüber. Der "sanfte Tourismus" hebt sich ab vom Massentourismus. Der Reisende benutzt angemessene (auch langsame) Verkehrsmittel, er nimmt Rücksicht auf Menschen und Umwelt seines Gastlandes und stellt sich auf sie ein. Die Einschätzungen für das Potential der Sanften Touristen beläuft sich nach Untersuchungen des Studienkreises für Tourismus 1993 auf 20% bis 30% aller Reisenden.
(Quelle: Naturfreundejugend Deutschlands 1995)

- Heute spricht man verstärkt vom "**umwelt-, kultur- und sozialverträglichen Tourismus**"; dieser bedeutet:
 - . Schonung und Erhaltung der natürlichen Ressourcen
 - . Bewahrung der kulturellen Identität des Gastlandes
 - . gerechte Berücksichtigung der Einheimischen bei der Verteilung des fremdenverkehrsbedingten Einkommens/Integration der Bevölkerung in den Prozeß der touristischen Ziel- und Entscheidungsfindung

- Eine ADAC-Studie charakterisiert das "sanfte" Nachfragepotential folgendermaßen:
 - . eher etwas jünger
 - . eher höhere Schulbildung
 - . eher aus höheren sozialen Schichten
 - . reiseerfahrener, vor allem mehr zusätzliche Zweit- und Dritturlaube
 - . im Urlaub aktiver, z.B. mehr sportliche Betätigung
 - . kritischer gegenüber Umweltfragen

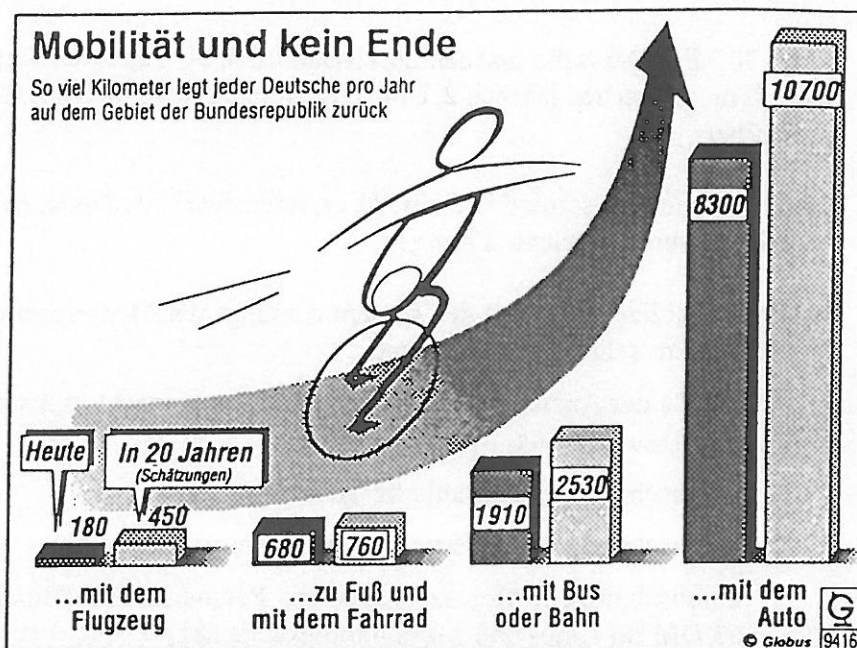
(Quelle: ADAC: Mehr wissen - mehr handeln. Bausteine für eine umweltverträgliche Tourismusentwicklung, 1991)

- Umweltorientierung als **touristische Strategie** kann Vorteile bringen:
 - Imageverbesserung
 - ökonomische Gewinne (evtl. müssen kurzfristig jedoch Einbußen bzw. Umbrüche hingenommen werden)
 - Qualitätsverbesserung
 - besser motivierte Mitarbeiter
 - Zukunftssicherung
- Umweltorientierung, die Fremdenverkehrsorte leisten können, muß auf allen Ebenen und in verschiedenen Gebieten ansetzen, z.B.:
 - . Verkehr (Verkehrsberuhigung, Ausbau des ÖPNV-Netzes, Anlegen von Radwegen etc.)
 - . Städtebau (Erhalt historischer Bausubstanzen, Bauen mit umweltverträglichen Materialien, Begrünung, Entsiegelung von Flächen etc.)
 - . Naturschutz (Pflege und Erweiterung der Naturparks, Besucherlenkung, in Wintersportgebieten: z.B. naturverträgliche Loipenführung mit Rücksicht auf das Wild etc.)
 - . Hotellerie und Gastronomie (Verwendung frischer Lebensmittel, Müllvermeidung, Informationen für Gäste und Mitarbeiter etc.)

- Tagesausflugs- und Tagesgeschäftsverkehr übertreffen in ihrer volkswirtschaftlichen Bedeutung den gesamten Übernachtungsverkehr.
- Der Tagesausflugsverkehr bewirkt mit über 50% vor dem Übernachtungsverkehr den größten touristischen Einkommenseffekt
- Rund 70 Mio. Deutsche machen durchschnittlich 30 Tagesausflüge pro Person und Jahr, demnach stehen jährlich 2,1 Mrd. Ausflüge etwa 300 Mio. Übernachtungen gegenüber
- Der anhaltende Reisetrend "kürzer, öfter, intensiver" wird auch dem Tagesausflugsverkehr weiteres Wachstum bringen.
- Das Potential liegt aufgrund des starken Anstiegs der Motorisierung in den neuen Bundesländern sehr viel höher, denn:
 - . 83,4% der Ausflüge werden mit dem Pkw gemacht, 6,2% der Ausflügler benutzen den Bus
 - . durchschnittliche Aufenthaltsdauer: 8 Stunden
 - . durchschnittliche Entfernung vom Wohnort: ca. 80 km
 - . durchschnittliche Tagesausgaben pro Person 39 DM (Busreisende geben 53 DM für Café- und Restaurantbesuche aus)
- Gleichzeitig sinkt infolge der starken Verkehrsbelastung die Akzeptanz gegenüber dem Auto in den Innenstädten. Autofreie Stadtzentren werden immer dringender gefordert.
- In Kur- und Erholungsorten bedarf der Tagesausflugs- und Tagesgeschäftsverkehr sensibler Beobachtung und Steuerung, um nachteiligen Auswirkungen auf das Kurwesen vorzubeugen. Dies ist z.B. zu erreichen durch:
 - . Lenkung des Tagesverkehrs durch spezielle Wegführung, Beschilderung, etc.
 - . Maßnahmen zur Verlängerung der Aufenthaltsdauer
 - . Unterordnung dieser Zielgruppe im Marketing unter die Hauptzielgruppe "Kurgast"
- Das Streben nach Erlebnis und Genuß beeinflusst auch den Tagesausflugstourismus: "Erlebnisparks", "Erlebnisbäder" "Erlebnisastronomie", Einkaufen als "Erlebnis" liegen im Trend.

Quellen: J. Naisbitt/P. Aburdene: *Megatrends 2000*. Düsseldorf, Wien, New York 1990, S. 75 ff.
G. Dörr: *Tagesausflugsverkehr*, in: *Fremdenverkehrswirtschaft* 4/95

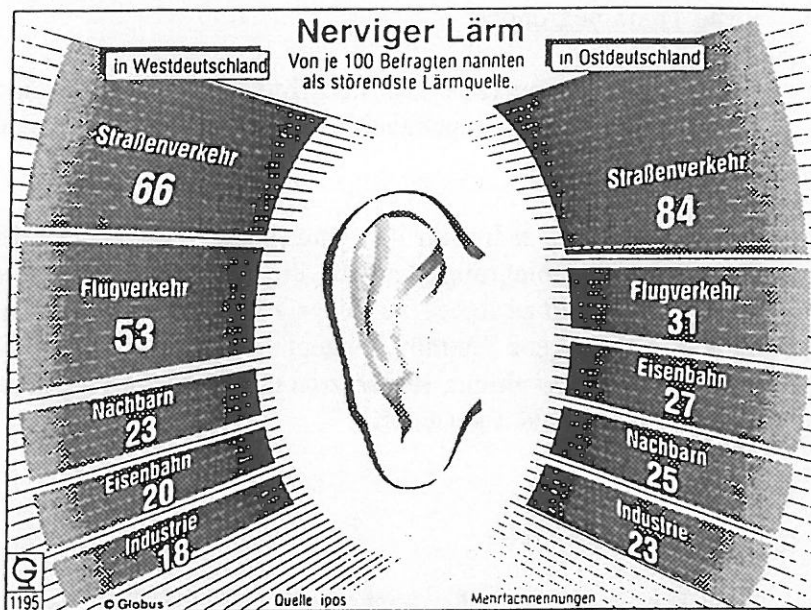
- Das Auto ist gegenwärtig das meistgenutzte Verkehrsmittel in Deutschland - und wird es auch in Zukunft bleiben. Gemessen an der jährlichen Fahrleistung, wird jeder Bundesbürger im Jahr 2010 durchschnittlich 10.700 km mit dem Auto zurücklegen (29% mehr als heute).



- Die Pkw-Dichte in betrug nach einer Studie der Deutschen Shell AG ("Motorisierung in Deutschland", 8/93) Ende 1992 in Westdeutschland 611 Pkw je 1.000 Erwachsene, im Osten Deutschlands 558 Pkw je 1.000 Erwachsene. Die Pkw-Dichte wird in Zukunft weiter ansteigen. Die neuen Bundesländer werden bei der Pro-Kopf-Zahl die westdeutschen Werte in wenigen Jahren erreichen.
- Künftig wird der Motorisierungsgrad der älteren Bevölkerungsschichten ("Jungsenioren", "Senioren") nach Aussagen der Shell-Studie deutlich ansteigen.
- Auch der Motorisierungsgrad der Frauen wird zunehmen, bedingt durch
 - zunehmende finanzielle Unabhängigkeit der Frauen
 - verstärkte berufliche Tätigkeit
 - Trend zu Zweit- und Drittwagen.
- Das Auto dominiert als Verkehrsmittel in Freizeit und Urlaub (ADAC: Verkehr in Fremdenverkehrsgemeinden, 1993)

Folgen der wachsenden Motorisierung sind:

- Einerseits: Zunehmende Mobilität auch der älteren Bevölkerungsgruppen erhöht das Potential insbesondere für Tagesgäste in Kur- und Fremdenverkehrsorten
- Andererseits: Mehr Autos auf den Straßen führen zu
 - mehr Staus und damit Stillstand
 - verstärkter Lärmbelästigung
 - mehr Luftverschmutzung.
- Bereits heute wird der Straßenverkehr in Deutschland als besonders störende Lärmquelle empfunden.



- Besonders für die Kur- und Fremdenverkehrsorte stellt damit das zunehmende Verkehrsaufkommen ein Problem dar. Mit schlechter werdender Luftqualität und hohem Lärmpegel sinkt ihre Attraktivität.

Mögliche Abhilfe z.B. durch:

- Bau von Umgehungsstraßen
- Maßnahmen zur Verkehrsberuhigung
- Förderung des Öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV)
- Einrichten von umweltfreundlichen Zubringersystemen zu vielbesuchten Ausflugszielen
- Anlegen von Radwegen

Einige Heilbäder und Kurorte begegnen den zunehmenden Schwierigkeiten bei der ambulanten (Bade-) kur mit einer neuen bzw. modifizierten Ausrichtung, die sich durch Annäherung an klinische Kurbestandteile und eine "kompaktere" Behandlung z.B. eine höhere Medikalisierung ausweist: also alles in allem "kompakter" ist, als die derzeitige ambulante Kur (daher der Name "Kompaktkur"). Die "Kompaktkur" kann fast als ein interessanter Mittelweg zwischen klinischer und ambulanter Kur angesehen werden; der z.T. hohe und von den Kostenträgern zunehmend mißtrauisch beobachtete "touristische Anteil" wird dabei relativ zurückgenommen. Der hohe medizinische Anspruch an die ambulante Kur bedeutet die Verpflichtung zu einer organisatorischen und inhaltlichen Umstrukturierung ebenso wie zur Systematisierung bereits vorhandener Kapazitäten.

1. Das Prinzip der "Kompaktkur"/ Leitgedanken

- Feste Therapiegruppen

Die Kurpatienten werden zu festen Gruppen mit regelmäßigem intensiven Kurprogramm in einem ganzheitlichen, indikationsbezogenen Therapiekonzept zusammengefaßt.

Die Gäste suchen sich zwar ihre Unterkunft selbst, sie werden aber über den Kurarzt in Therapiegruppen gefaßt, die von einem erfahrenen Therapeuten geleitet werden und zu festen Terminen zusammenarbeiten. Das ganzheitliche, indikationsbezogene Therapiekonzept wird in partnerschaftlicher Zusammenarbeit zwischen Kurverwaltung, Badeärzten und Beherbergungsbetrieben entwickelt und in seiner Qualität gesichert.

- Begleitendes Kurbuch

Jeder Patient erhält ein Kurbuch, das ihn vom Anfang bis zum Ende durch die Anwendungen führt. In der Patientenschulung lernt der Gast/Patient, mit den nötigen Konzepten, Geräten, Medikamenten, etc. umzugehen..

- Gemeinsame Motivation

Wesentliche Inhalte der "Kompaktkur" sind erst in der Gruppe möglich oder sinnvoll. Gemeinsam erleben die Patienten Besserungen, Rückschläge und neue Anläufe. Neben der Gruppenarbeit bleibt genügend Zeit für abgestimmte, individuelle Einzelbehandlungen. Auch die Geselligkeit kommt nicht zu kurz.

- KurberaterIn/KurbetreuerIn

Von Anfang bis Ende wird jeder "Kompaktkurgruppe" ein Kurbetreuer zur Seite gestellt. Er begleitet die Gruppe, er organisiert und klärt, integriert und hilft.

- Einbindung vorbereitender, begleitender und nachbereitender Maßnahmen

Auf Grundlage eines ganzheitlich orientierten Therapieanspruches sollen im Rahmen der Kompaktkur die körpereigenen Resistenzkräfte mobilisiert und ein gesundheitsgemäßes Verhalten gefördert werden. Neben der ärztlichen Betreuung garantieren die Mitarbeit von Sporttherapeuten, Krankengymnasten, Psychologen, Ernährungsberatern u.a. die Realisierung einer systematisierten Allgemeintherapie.

Folgende therapeutische Kategorien ergänzen die klassischen Anwendungen der Balneo-, Hydro- und Klimatherapie:

- . körperliche Regulations- und Leistungsfähigkeit durch Bewegungstherapie in verschiedenen Formen und Krankengymnastik
- . Ruhefähigkeit durch Entspannungstherapie
- . Stoffwechselregulierung durch Diät, gesunde Ernährung und Bewegung
- . Adaption des Menschen an die therapeutischen Erfordernisse chronischer Krankheiten durch Gesundheitserziehung.

In Zukunft sollten Behinderte im planerischen Entwicklungsprozeß von Bad Doberan stärker berücksichtigt werden. Grundlegend für einen angenehmen Aufenthalt behinderter Gäste ist, daß sie Bedingungen vorfinden, die ihnen weitmöglichste Bewegungsfreiheit und damit die Möglichkeit der Teilnahme am öffentlichen Leben einräumen. Insofern gilt es in Hinblick auf die Schaffung einer hindernisfreien baulichen Umwelt die Bau- und Verkehrsplanung auf die Belange der Behinderten auszurichten.

Nachstehender Kriterienkatalog soll dazu dienen, vorhandene bauliche Hindernisse zu beseitigen und planmäßig entstehende zu vermeiden.

1. Schwerpunkte auf Straßen, Plätzen und anderen öffentlichen Freiflächen

- **Fahrbahnborde**
 - Fahrbahnborde sollten in Anlieger- und Sammelstraßen die Höhe von 8 cm nicht überschreiten.
 - an Fußgängerüberwegen sind die Borde nach Möglichkeit auf Fahrbahnhöhe, mindestens jedoch auf 3 cm, abzusenken.
 - Borde sollten durch die Verwendung farbigen Materials optisch abgesetzt werden.
- **Fußgänger-Schutzinseln**
 - der Fußgängerüberweg über eine Schutzinsel muß mindestens 3m breit angelegt sein
 - Hochborde sind im Bereich des Fußgängerüberwegs auf die Höhe der Fahrbahn abzusenken
- **Fußgängerüberwege mit Lichtzeichenregelung**
 - zum Überqueren verkehrsreicher Straßen sollten an geeigneten Stellen, lichtzeichengeregelte Fußgängerüberwege, deren Lichtzeichenanlage vom Fußgänger selbst betätigt werden kann, aufgestellt werden
 - Für Blinde sind zusätzliche akustische Signale zweckmäßig

- Pkw-Stellplätze
 - 3% der Pkw-Stellplätze auf öffentlichen Parkplätzen sollten für Schwerbehinderte reserviert werden.
 - Diese Parkplätze sollten etwa 3,50m breit sein, um den Aus- und Einstieg zu erleichtern
 - die Parkplätze sollten durch eine entsprechende Beschilderung erkenntlich sein

- Zugänge zu Fußgängerbrücken und -tunneln
 - Bei Fußgängerwegen, die in einer zweiten Ebene angelegt sind, sollten eben Treppen auch Rampen vorgesehen werden
 - Rampen sollten ein Gefälle von 10% nicht überschreiten, mindestens 1,50m breit sein und beiderseits mit Handläufen versehen sein
 - Tunnel, Treppen und Rampen sollten beleuchtet sein

2. Schwerpunkte in öffentlich zugänglichen Gebäuden

- Eingänge
 - Der Eingang des Gebäudes sollte stufenlos erreichbar sein. Der Zugang ist durch Beschilderung kenntlich zu machen.
 - Rampen sollten ein Gefälle von 6% nicht überschreiten und mindestens 1 m breit sein. Bei Rampenlängen von mehr als 6 m ist ein Zwischenpodest von 1,2 m Länge erforderlich.
 - Die Rampen sollten mit einem Handlauf in 80 cm Höhe versehen sein.
 - Schwellen und Niveauunterschiede sollten 2,5 cm nicht überschreiten
 - Vor und seitlich von Drehflügeltüren muß genügend Bewegungsfläche gesichert sein

- Bewegungsfreiheit innerhalb der Gebäude
 - In allen Räumen, auch in Fluren, sollte die Bewegungsfläche mindestens 1,4m breit sein
 - Die Durchgangsbreite der Türen sollte mindestens 85 cm betragen.
 - Treppen sollten möglichst geradläufig sein. Bei gewendelten Treppen sollten Handläufe auf beiden Seiten angebracht werden. Die Stufen sollten eine griffige Oberfläche haben.
 - Niveauunterschiede, deren Überwindung ausschließlich über Stufen möglich ist, sollten unbedingt vermieden werden
 - Aufzugskabinen sollten mindestens 110 cm breit und 140 cm tief sein. Die Türbreite sollte wenigstens 80 cm betragen. Vor den Aufzugsgängen ist eine Bewegungsfläche von mindestens 140 cm x 140 cm erforderlich.

- Sanitärräume
 - In Gebäuden mit hoher Besucherzahl sollte mindestens ein WC für schwerbehinderte Besucher vorgesehen sein.
 - Das WC ist mit Spülklosett und Handwaschbecken auszustatten.
 - Auf einer Seite des Spülklosetts muß eine 80 cm freie Bewegungsfläche vorhanden sein. Die freie Zufahrt zu dieser Bewegungsfläche muß gesichert sein.
 - Vor dem Spülklosett ist eine 1,2 m tiefe Bewegungsfläche freizuhalten
 - Die Tür sollte eine Durchgangsbreite von 85 cm aufweisen. Sie darf nicht nach innen aufschlagen. Pendeltüren sind unzulässig.

- Fernsprechzellen
 - In öffentlich zugängigen Räumen sollte mindestens eine öffentliche Fernsprechzelle so gestaltet sein, daß Rollstuhlbewerber unmittelbar bis zum Fernsprechapparat gelangen können. Bei Fernsprechzellen, die nicht durch Seitenwände begrenzt sind, ist der unmittelbare Zugang am besten gewährleistet.
 - Nummernschalter, Hörer und Kartenschlitz (Münzeinwurf) sollten so angeordnet werden, daß sie von einem Rollstuhlfahrer bedient werden können.

3. Schwerpunkte im öffentlichen Personenverkehr

- Einstieg und Beförderung
 - Der Ein- und Ausstieg sowie die Beförderung ist durch entsprechende technische Maßnahmen (z.B. Niederflurabteile) zu ermöglichen

- Zugang zu Haltestellen
 - Die an zentralen Verkehrspunkten gelegenen Haltestellen sollten entsprechend der räumlichen Gegebenheiten mit Fahrsteigen, Rampen oder Aufzügen ausgestattet sein

Weiterführende Informationen:

Bundesarbeitsgemeinschaft „Hilfe für Behinderte“ e. V.
Kirchfeldstr. 149
40215 Düsseldorf



