



**DEMOGRAFISCHER WANDEL:
KONZEPTE FÜR EINEN NACHHALTIGEN,
EVIDENZBASIERTEN GESUNDHEITSTOURISMUS
FÜR BEST-AGER IM ALTER VON 65+**

**INTERREG Österreich – Bayern 2014-2020 Trail
for Health Nord (AB 40) Gesundheitstouristischer
Kompetenzaufbau für Regionen und Betriebe**

MEDIZINISCHE NUTZUNG NATÜRLICHER HEILRESSOURCEN IM TOURISMUS



Foto: Marco Riebler

Im Interreg-Projekt „Österreich-Bayern 2014-2020“ Trail for Health Nord (Projekt Nr. AB40) haben sich Forschungseinrichtungen, touristische Regionen und eine Transferorganisation zusammengeschlossen, um gemeinsam neue grenzüberschreitende, gesundheitstouristische Konzepte zu entwickeln.

Menschen wohnen zunehmend in urbaner Umgebung und haben dadurch immer weniger Gelegenheit zu unmittelbarem Naturerleben. Die Generation 65+ wächst in den Industriestaaten bis zu dreimal schneller als die jüngere Generation. Gleichzeitig führen Zivilisationserkrankungen in Kombination mit Bewegungsmangel zu Übergewicht, Herz-Kreislauf Erkrankungen, Diabetes Typ II und chronischen Atemwegserkrankungen, was die Nachfrage nach gesundheitstouristischen Leistungen steigert.

Die natürlichen Heilressourcen und Naturraumpotenziale der drei touris-

tischen Regionen Bad Reichenhall, Tegernsee (Bad Wiessee) und Tenggau (Abtenau) bildeten die Basis für die gemeinsame, grenzüberschreitende gesundheitstouristische Regionalentwicklung. Zusammen mit den wissenschaftlichen Partnern Hochschule München, Ludwig-Maximilians-Universität München, dem Lead Partner Paracelsus Medizinische Privatuniversität Salzburg und der Transferorganisation ITG Salzburg wurden entlang der Ressourcen Heilwässer und Naturraum neue evidenzbasierte gesundheitstouristische Produkte & Dienstleistungsketten für die wachsende Zielgruppe der Menschen 65+ entwickelt.

Grundlage für die Produktentwicklung war die Klinische Studie (1), die das Institut für Ecomedicine der Paracelsus Medizinischen Privatuniversität an allen drei Orten im Frühjahr 2016 durchführte und die medizinische Evidenz für die Nutzung natürlicher Gesundheitsressourcen in den

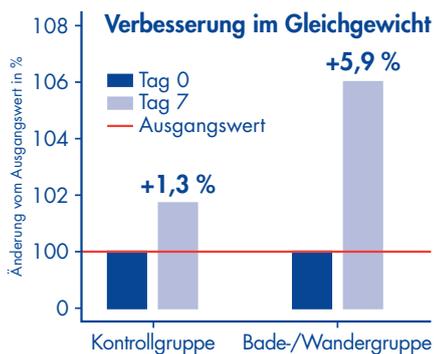
Partnerregionen lieferte. Die Hochschule München entwickelte ein Fachkräftekonzept (2) für touristische Betriebe, bei dem personalstrategische und kooperative Überlegungen im Fokus des Forschungsinteresses standen. Aspekte der touristischen Destinationsentwicklung, wie die Auswirkungen des Klimawandels, wurden durch die Ludwig-Maximilians-Universität München untersucht und in das gesundheitstouristische Regionalentwicklungskonzept (3) integriert. Die gemeinsamen Standortfaktoren der Partnerregionen, nämlich klinisch nachgewiesene Wirkungen natürlicher Heilressourcen, qualifiziertes Personal und proaktive Nutzung von veränderten Klimaparametern ermöglichen eine klare Positionierung der drei Orte für die Bedürfnisse von Gästen 65+.

Arnulf Hartl
Paracelsus Medizinische
Privatuniversität Salzburg

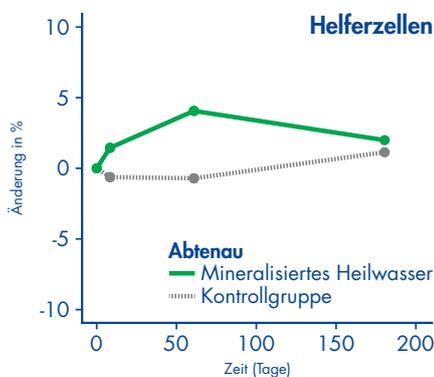
DIE JUNGBRUNNEN-BERG-STUDIE

EIN WIRKSAMES, KLINISCH GETESTETES GESUNDHEITSKONZEPT

In dieser Studie hat das Institut für Ecomedicine der PMU Salzburg an Probanden im Alter von 65+ untersucht, ob und wie nachhaltig Bergwandern und Heilbäder auf Prozesse der Alterung des Immunsystems einwirken. Die vorliegenden Ergebnisse dieser randomisierten kontrollierten klinischen Studie haben erstmals den medizinischen Wirkungsnachweis erbracht, dass alle drei Heilwässer in Kombination mit einem Wanderurlaub bereits innerhalb von sieben Tagen einen nachhaltigen Verjüngungsprozess im Immunsystem von älteren Menschen in Gang setzen. Vitalität, Balance und Arbeitsgedächtnis verbessern sich und Muskelmasse wird aufgebaut.



Ein gutes Gleichgewicht ist in jedem Lebensalter wichtig. Besonders in höherem Alter hilft ein gezieltes Balance-Training Stürze zu vermeiden.



Helferzellen sind wichtige Regulatoren des Immunsystems und helfen, neue Immunabwehr zu starten. Im Alter nimmt die Anzahl der Helferzellen ab. Die Bildung von neuen Helferzellen ist ein Zeichen der Verjüngung des Immunsystems. **Naive Helferzellen und naive zytotoxische Zellen brauchen wir, um auf unbekannte Erreger und Krebszellen reagieren zu können.** Ihre Neubildung ist auch ein Zeichen der Verjüngung und ein Indikator für ein effektiveres Immunsystem.

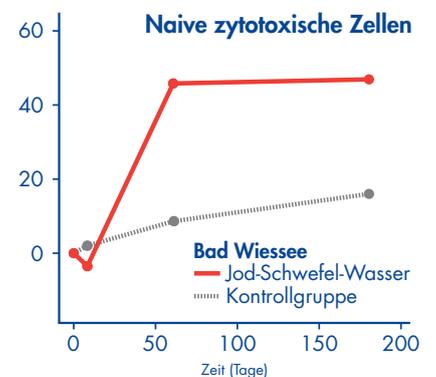
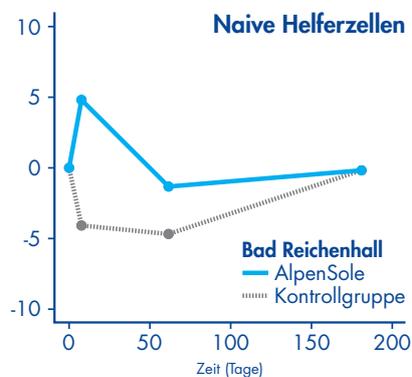
EIN EINWÖCHIGER JUNGBRUNNEN-BERG-URLAUB MIT HEILBADEN UND BERGWANDERN IM VERGLEICH ZU EINEM STANDARD-URLAUB ...

- ... stärkt das Gleichgewicht und verbessert das Arbeitsgedächtnis.
- ... verjüngt Komponenten des Immunsystems (T-Helferzellen und zytotoxische T-Zellen).
- ... baut Muskelmasse und fettfreie Masse auf.
- ... erhöht ein halbes Jahr nachhaltig die körperliche Vitalität durch besseren Sauerstofftransport im Blut.
- ... erhöht die Gehgeschwindigkeit, langfristig auch die Schrittzahl pro Minute.
- ... verringert Entzündungsprozesse im Körper.
- ... verbessert die gesundheitsbezogene Lebensqualität.

Das Jod-Schwefelwasser (DE, Bad Wiessee) aktiviert zusätzlich das Immunsystem und steigert die Fressaktivität wichtiger Immunzellen (neutrophile Granulozyten).

Kontakt für weitere Informationen:
 Univ.-Doz.Dr. Arnulf Josef Hartl
 (arnulf.hartl@pmu.ac.at)

Mag. Renate Erdheim, MBA MIB
 (renate.erdheim@pmu.ac.at)



MITARBEITENDE GEWINNEN UND BINDEN ENTWICKLUNG EINES FACHKRÄFTEKONZEPTS FÜR DEN GESUNDHEITSTOURISMUS

Der demografische Wandel, die Abwanderung von Fachkräften in Ballungsräume und andere Branchen sowie der Wertewandel tragen dazu bei, dass es immer schwieriger wird, qualifizierte Fachkräfte für die Tourismusbranche zu gewinnen.

Auch kleine und mittelständische Unternehmen (KMU), die die Tourismusbranche prägen, sind zunehmend gefordert, ein professionelles Personalmanagement umzusetzen, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Das Ziel des Teilprojekts war es, die Fachkräftesituation in den Projektregionen zu analysieren und ein regionales Fachkräftekonzept für den (Gesundheits-) Tourismus zu entwickeln. Durchgeführt wurden 54 Expertenbefragungen sowie eine anonyme Onlinebefragung mit 106 Arbeitgebern und 95 Arbeitnehmern in den Projektregionen Tennengau, Bad Reichenhall und Tegernseer Tal.

Herausforderungen und Trends: Viele offene Stellen, aber zu wenig Bewerber

Der Fachkräftemangel ist bereits spürbar und die Arbeitgeber konstatieren, dass sie ihr Personalmanagement professionalisieren müssen. 66% der befragten Arbeitgeber haben aktuell offene Stellen. Als häufigste Gründe für Stellenbesetzungsprobleme werden eine zu geringe Anzahl an Bewerbungen (72%) und nicht ausreichend qualifizierte Bewerber (70%) angeführt.

Einschätzung von Kompetenzen: Soziale Stärken und Fachwissen ganz vorn

Aus Arbeitgebersicht sind im Tourismus überwiegend soziale Kompetenzen



Strategische Handlungsfelder des Fachkräfte-Konzepts

von Bedeutung, im Gesundheitstourismus kommen noch spezifische fachliche Kompetenzen hinzu. Allerdings halten Arbeitgeber das Wissen über gesundheitstouristische und kulturelle Angebote in der Region für wenig relevant. Auch die Arbeitnehmer schätzen soziale Kompetenzen als besonders wichtig für ihre Tätigkeit ein. Jedoch sehen sie – im Gegensatz zu den Arbeitgebern – bei sich selbst noch Entwicklungsbedarf beim Fachwissen zum Tourismus (31%) und im Gesundheitsbereich (31%).

Wirksame Maßnahmen im Personalmanagement: Noch ausbaufähig

Bei den Maßnahmen zur Mitarbeiterbindung liegen bei den Arbeitgebern vorne: Teamevents (85%), flexible Arbeitszeitgestaltung (56%) und nicht monetäre Zusatzleistungen (55%). Die Arbeitnehmer hingegen wünschen sich insbesondere die Durchführung von Mitarbeitergesprächen und ein umfassendes Weiterbildungsangebot. Die Investitionen in die Weiterbildung der Mitarbeiter sind bei einigen Betrieben jedoch noch ausbau-

fähig: nur 44% der befragten Arbeitgeber investieren mehr als 300 Euro pro Jahr und pro Mitarbeiter und liegen damit in der Nähe des Bundesdurchschnitts in Deutschland von 561 Euro (Seyda/Placke 2017).

Kooperationen: Bisher ungenutzte Chancen!

Der Großteil der Betriebe führt keine Kooperationen im Personalmanagement mit anderen Unternehmen oder mit Bildungsträgern durch, weder innerhalb der Region, noch zwischen Regionen oder grenzüberschreitend – und plant dies auch nicht.

Die befragten Arbeitgeber sehen in der Mehrheit keinen Bedarf für Kooperationen im Personalmanagement, obwohl insbesondere KMU Ressourcen bei der Planung und Umsetzung von Personalmaßnahmen bündeln bzw. einsparen könnten. Gerade hierin liegt ein zentrales Handlungsfeld für die erfolgreiche Umsetzung eines regionalen Fachkräftekonzepts.

Attraktivität der Region steigern: Mehr ÖPNV erwünscht

Ergänzend wurden Aspekte zur Attraktivität der Regionen erfasst. Aus Arbeitgebersicht zeigt sich ein einheitlicher Handlungsbedarf für eine bessere Erreichbarkeit mit dem Öffentlichen Personen Nahverkehr (ÖPNV) und der Vermarktung der Regionen als attraktiven Arbeits- und Lebensraum. Auch der Handlungsbedarf aus Arbeitnehmersicht gleicht sich: der ÖPNV soll ausgebaut werden und die ArbeitnehmerInnen sehen einen großen Bedarf, was bezahlbaren Wohnraum angeht.

Das Fachkräftekonzept und Handlungsempfehlungen

Basierend auf den Studienergebnissen integriert das eigens entwickelte regionale Fachkräftekonzept sieben strategische Handlungsfelder (siehe Abbildung) unter Einbeziehung einer betrieblichen, regionalen und einer überregionalen Perspektive. Zu jedem Handlungsfeld sind vielfältige Handlungsempfehlungen hinterlegt.

Fazit und Ausblick

Die durchgeführte Fachkräftestudie ermöglicht es, ein umfassendes Bild der Fachkräftesituation in den untersuchten gesundheitstouristischen Regionen darzulegen. Auf ihrer Basis konnte ein Fachkräftekonzept mit einer betrieblichen, regionalen und überregionalen Perspektive entwickelt werden. Handlungsempfehlungen auf allen drei Ebenen runden das Konzept ab. Ziel bis zum Projektende im Dezember 2018 ist es, einige Betriebe in den Regionen bei der Umsetzung einzelner Maßnahmen und der Professionalisierung ihres Personalmanagements zu unterstützen. Des Weiteren sind ver-



DAS FACHKRÄFTEKONZEPT UND HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

Beispiele für Handlungsempfehlungen, die aus dem Fachkräftekonzept abgeleitet werden können:

- **Betrieblich:**
Steigerung der wahrgenommenen Arbeitgeberattraktivität durch aussagekräftige Karrierewebseiten und ein umfassendes Weiterbildungsangebot.
- **Regional:**
Bindung der Mitarbeiter an die Region durch attraktive Zusatzleistungen und lebensphasenorientierte Angebote wie z.B. bezahlbarer Wohnraum und ausreichende Kinderbetreuungsangebote.
- **Überregional:**
Sensibilisierung/Unterstützung der Arbeitgeber bei der Initiierung von Kooperationen in der Personalarbeit, z.B. durch Netzwerktreffen und Förderprogramme.

Foto: Pexels

schiedene Veröffentlichungen geplant, welche die Ergebnisse und das Fachkräftekonzept für Arbeitgeber und regionale Akteure nutzbar machen.

Kontakt für weitere Informationen:

Katrin Eberhardt, M.A.

(katrin.eberhardt@hm.edu) und

Prof. Dr. Celine Chang

(celine.chang@hm.edu)

KONZEPTE FÜR EINEN NACHHALTIGEN, EVIDENZBASIERTEN GESUNDHEITSTOURISMUS FÜR BEST-AGER IM ALTER VON 65+

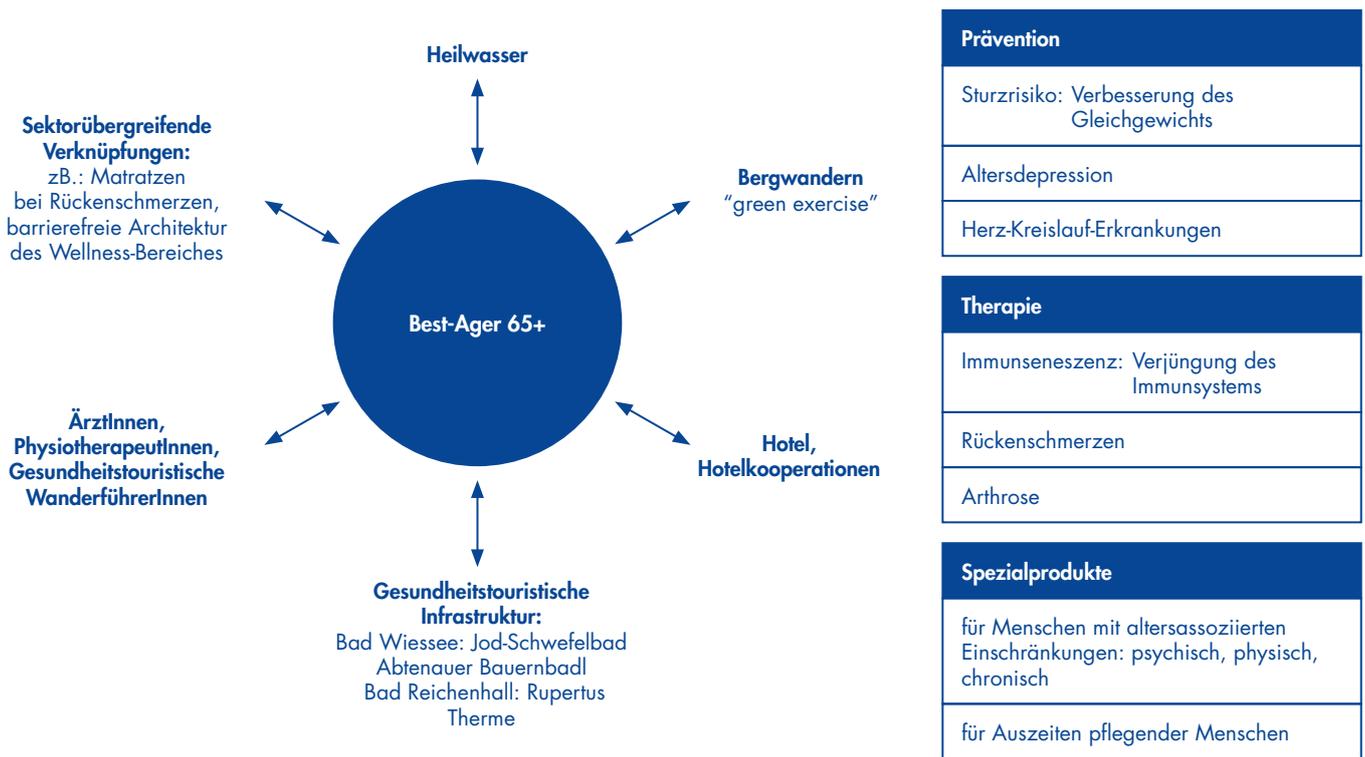
Der demografische Wandel, die Abwanderung von Fachkräften in Ballungsräume und andere Branchen sowie der Wertewandel tragen dazu bei, dass es immer schwieriger wird, qualifizierte Fachkräfte für die Tourismusbranche zu gewinnen.

Innovative, gesundheitstouristische Angebote für Best Ager 65+ gehen weg

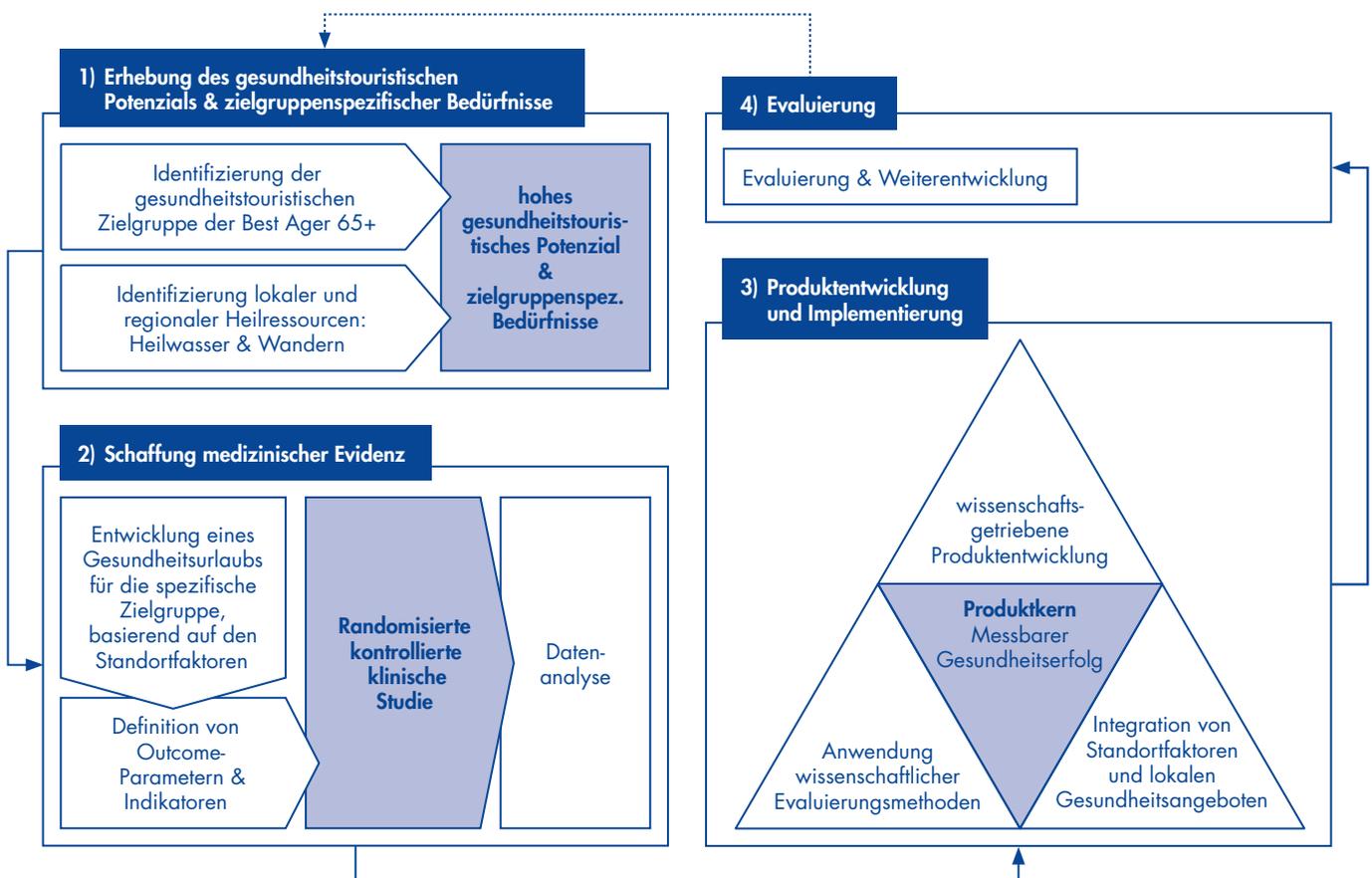
vom Begriff der Gesundheit als leere Marketinghülle und bieten einen qualitativollen und überprüfbaren Gesundheitserfolg auf Basis medizinisch wissenschaftlicher Evidenz. Alpine Regionen können diese medizinisch getesteten Gesundheitswirkungen ihrer ortsgebundenen Ressourcen, wie lokale Heilwässer und spezifische Wanderwege, in Wert setzen und daraus unver-

wechselbare Alleinstellungsmerkmale entwickeln. Damit erhöhen sie ihre Wettbewerbsfähigkeit im stark wachsenden Gesundheitstourismusmarkt. Neben den nachweislich gesundheitsfördernden Effekten von Heilbad- und Bewegungstherapien kann gerade in ländlichen Regionen langfristig Wertschöpfung entstehen: Mit Gesundheitsnutzen für Einheimische und Gäste.





Entwicklungsfelder und Spezialisierungen im indikationsspezifischen Gesundheitstourismus für Best-Ager 65+ (Hartl, Pichler - 2017)



Prozessabläufe im evidanzbasierten Gesundheitstourismus. Konzept zur Positionierung von Standortfaktoren (Pichler, Hartl - 2017)

VERÄNDERTE KLIMAPARAMETER UND DEMOGRAFISCHER WANDEL PERSPEKTIVEN IN EINEM GESUNDHEITSTOURISTISCHEN REGIONALENTWICKLUNGSKONZEPT

Tourismus stellt insbesondere im Alpenraum eine Leitökonomie dar. Vor allem in Regionen mit einer für Touristen attraktiven naturräumlichen Ausstattung trägt der Tourismus enorm zur Wertschöpfung bei.

Dabei befindet sich die Tourismuswirtschaft in einem stetigen Wandel und steht vor immer neuen Herausforderungen.

Das Beispiel Klimawandel

Inwiefern der Klimawandel den Tourismus im Alpenraum beeinflussen wird, wurde im Rahmen des Interreg-Projektes „Trail for Health Nord“ am Beispiel der drei Partnerregionen Tennengau, Bad Reichenhall und Tegernseer Tal durch unseren Projektpartner Ludwig-Maximilians-Universität München untersucht.

Folgen des Klimawandels: Temperaturanstieg und Rückgang des Niederschlags

Mit der Veränderung einzelner Klimaparameter sind unterschiedliche Folgen für die betroffenen Destinationen verbunden. Insbesondere der Temperaturanstieg sowie der Rückgang des durchschnittlichen Niederschlags werden zu merklichen Auswirkungen auf Natur und Mensch führen. Die Tabelle zeigt eine mögliche Entwicklung ausgewählter Klimaparameter in den drei Partnerregionen Tennengau, Bad Reichenhall und Tegernseer Tal.

Klimabedingte Parameter integrieren

- **Veränderung des Landschaftsbilds:** zeitliche und räumliche Verschiebung von Wachstumsgrenzen und Blüteperioden.

- **Veränderung und/oder Verlängerung des Pollenflugs:** Herausforderung vor allem für Allergiker.
- **Änderung der Populationen von Nützlingen und Schädlingen:** z.B. Zu- oder Abnahme von Bienen, Mücken und Zecken.
- **Abnahme der Schneesicherheit:** Gegebenfalls Notwendigkeit/ Möglichkeit zur Kompensation durch den Einsatz von Beschneiungsinfrastruktur wie z.B. Schneekanonen, Speicherteiche.
- **Änderung der Architektur:** z.B. verstärkter Einsatz von Kühlsystemen, Solarenergieanlagen und Beschattungsmaßnahmen.

ERWARTETE VERÄNDERUNG AUSGEWÄHLTER KLIMAPARAMETER

im Tennengau, in Bad Reichenhall und im Tegernseer Tal für einen ausgewählten Punkt innerhalb der Destinationen und unter Annahme des Klimaszenarios REMO regional.

Quelle: GLOWA-Atlas 2010

Kriterium	Zeitraum	Tennengau	Bad Reichenhall	Tegernseer Tal
Ø Sommertemperaturen (Mai–Oktober)	1971 bis 2000 2031 bis 2060	10 bis 12°C 13 bis 15°C	14 bis 15°C 17 bis 18°C	10 bis 12°C 12 bis 14°C
Anzahl Hitzetage (T _{max} > 30°C)	1971 bis 2000 2031 bis 2060	0 bis 2 Tage 0 bis 4 Tage	6 bis 8 Tage 15 bis 20 Tage	0 bis 2 Tage 8 bis 10 Tage
Ø Wintertemperaturen (November–April)	1971 bis 2000 2031 bis 2060	-2 bis -1°C 1 bis 3°C	2 bis 3°C 6 bis 7°C	-1 bis 1°C 2 bis 4°C
Anzahl Frosttage (T _{min} < 0 °C)	1971 bis 2000 2031 bis 2060	80 bis 120 Tage 50 bis 90 Tage	80 bis 90 Tage 50 bis 70 Tage	150 bis 200 Tage 90 bis 100 Tage
Niederschlagssumme	2031 bis 2060 vgl. zu 1971 bis 2000	Mittlerer Rückgang um 200 bis 150 mm	Mittlerer Rückgang um 300 bis 200 mm	Mittlerer Rückgang um 200 bis 150 mm

- **Zunahme von Gesundheitsrisiken:**

z.B. stärkere thermische Belastungen für den Menschen durch die notwendige Regulation von Herzkreislaufsystem und Wasserhaushalt.

- **Zunahme von Extremwetterereignissen:**

z.B. Gefahren für Touristen und Infrastruktur durch mehr Starkniederschläge, Stürme, Erdbeben etc.

Als Reaktion auf die möglichen Klimawandelfolgen werden Touristen unterschiedliche Anpassungsstrategien wählen. Potenzielle Reaktionen können dabei bspw. ein Destinationswechsel, der Wechsel von Urlaubsaktivitäten oder eine zeitliche Neuorientierung sein.

Anpassungsstrategien der Gäste (Reaktionstypen) berücksichtigen

Diese Reaktionstypen treten auf:

- 1. Schneemangel-Meider:**

überdurchschnittlich aktiv, insbesondere bei Outdoor-Aktivitäten, beispielhaft für das Marktsegment der Aktivurlauber, z.B. Skifahrer; recht konsequentes Verhalten, Wahrnehmung und Reaktion stimmen relativ genau überein, bei fehlender Schneesicherheit erfolgt ein Destinationswechsel.

- 2. Hitze-Meider:**

oftmals genussorientierte und anspruchsvolle Touristen, beispielhaft für das Marktsegment der Erholungs- und Kultururlauber, LOHAS als typische Vertreter; drastischere Reaktion als bei den

Schneemangel-Meidern, d.h. ein Meidungsverhalten erfolgt schon bei geringerem Störungsgrad.

- 3. Gesundheitsrisiko-Meider:**

überwiegend Touristen im Rentenalter (mit 66,2 Jahren höchstes Durchschnittsalter der drei Typen); höhere Flexibilität hinsichtlich des Urlaubszeitpunktes; eher moderate Reaktionen, Wechsel des Urlaubszeitpunktes wahrscheinlicher als ein Destinationswechsel.

Das gesundheitstouristische Regionalentwicklungskonzept und seine Handlungsempfehlungen

Basierend auf diesen Ergebnissen kann der Gesundheitstourismus als ein wichtiges, das bestehende touristische Angebot ergänzendes bzw. erweiterndes Marktsegment (Aufladen touristischer Produkte mit einem gesunden Mehrwert) für die Destinationen im Alpenraum angesehen werden. Ein entsprechendes gesundheitstouristisches Regionalentwicklungskonzept sollte dabei sowohl die Folgen des Klimawandels auf Natur und Mensch als auch die Ver-

änderungen in der Gesellschaft (z.B. Demographischer Wandel, Wertewandel) frühzeitig berücksichtigen.

Auch das aktuelle touristische Angebot sowie das Image der Destination sind bei der Entwicklung mit einzu-beziehen.

Ein weiterer Mehrwert für die Akteure in den Destinationen kann zudem durch Kooperationen zwischen touristischen Leistungsträgern und Dienstleistern aus dem Bereich Gesundheitswesen erzielt werden. Hierbei sind auch die Tourismusmanagement-Organisationen als Moderatoren bzw. „Dolmetscher“ gefragt.

Diese Handlungsempfehlungen gelten auch für Destinationen, die das Marktsegment Gesundheit bereits als Kern des touristischen Angebots etabliert haben oder etablieren wollen.

Kontakt für weitere Informationen:
Dr. Michael Bischof, Ludwig-Maximilians-Universität München, Department für Geographie (michael.bischof@lmu.de)



Perspektiven in einem gesundheitstouristischen Regionalentwicklungskonzept

POSITIONIERUNG VON STANDORTFAKTOREN DAS TEGERNSEER TAL

Der Jungbrunnen liegt am Tegernsee

Hier hat Gesundheit Tradition – denn seit jeher zieht es Gesundheitstouristen in das Tegernseer Tal. Schon dank der Entdeckung des Quirinus-Wasser in der Gründungszeit des Tegernseer Klosters, suchten Pilger hier Linderung und Heilung. Über 600 Jahre später wurde die Heilkraft der Region in Form des in Bad Wiessee entdeckten Quirinus-Öls in Fläschchen abgefüllt und verschickt. Die Mönche nahmen zudem Bäder im schwefelhaltigen Wasser in Kreuth, das mit der Übernahme der Ländereien durch die Wittelsbacher zu einem international bekannten Kurort wurde: In Wildbad Kreuth traf sich internationaler Adel für Molke-, Bade- und Trinkkuren. Schließlich trat Anfang des 20. Jahrhunderts bei Öl-Bohrungen in Bad Wiessee Wasser zu Tage, das sich nach Untersuchungen als stärkstes Jod-Schwefelwasser Deutschlands entpuppte.

Gesundheitstouristische Tradition trifft medizinische Evidenz

Mit dem Interreg-Projekt „Trail for Health Nord (AB 40)“ sollte an die gesundheitstouristische Tradition angeknüpft und mit der enthaltenen „Jungbrunnen-BERG-Studie“ die medizinisch-therapeutische Wirksamkeit neu fokussiert werden. Denn im Laufe der Gesundheitsreformen nahmen die Gästezahlen im Gesundheitszentrum Jod-Schwefelbad ab. Mit Übernahme des Bades durch die Gemeinde Bad Wiessee 2001, konnte es schließlich besser in das touristische Konzept und in infrastrukturelle Maßnahmen integriert werden. Doch das historische Gebäude, das 1912 gebaut und 1926 bzw. 1935 erweitert worden war, wurde trotz Renovierungen allmählich baufällig.

Alleinstellungsmerkmal: Deutschlands stärkstes Jod-Schwefel-Wasser

Der derzeitige Neubau nach Plänen von Matteo Thun, soll das Bad nun in die Moderne holen und zu einem passenden Ambiente beitragen – ganz nach den Prinzipien der Salutogenese, laut denen der Mensch in einem angenehmen Umfeld wesentlich besser und

nachhaltiger regeneriert. Die stärksten Jod-Schwefelquellen Deutschlands müssen als Alleinstellungsmerkmal der Gesundheitsregion DER TEGERNSEE besondere Anreize schaffen. Denn der Gesundheitstourist ist inzwischen verstärkt Selbstzahler. Somit muss die Wirkung des Jod-Schwefelwassers herausgestellt und mit Aspekten des „Wohlfühlens“, der Prävention und des Gesundheits verbunden werden.

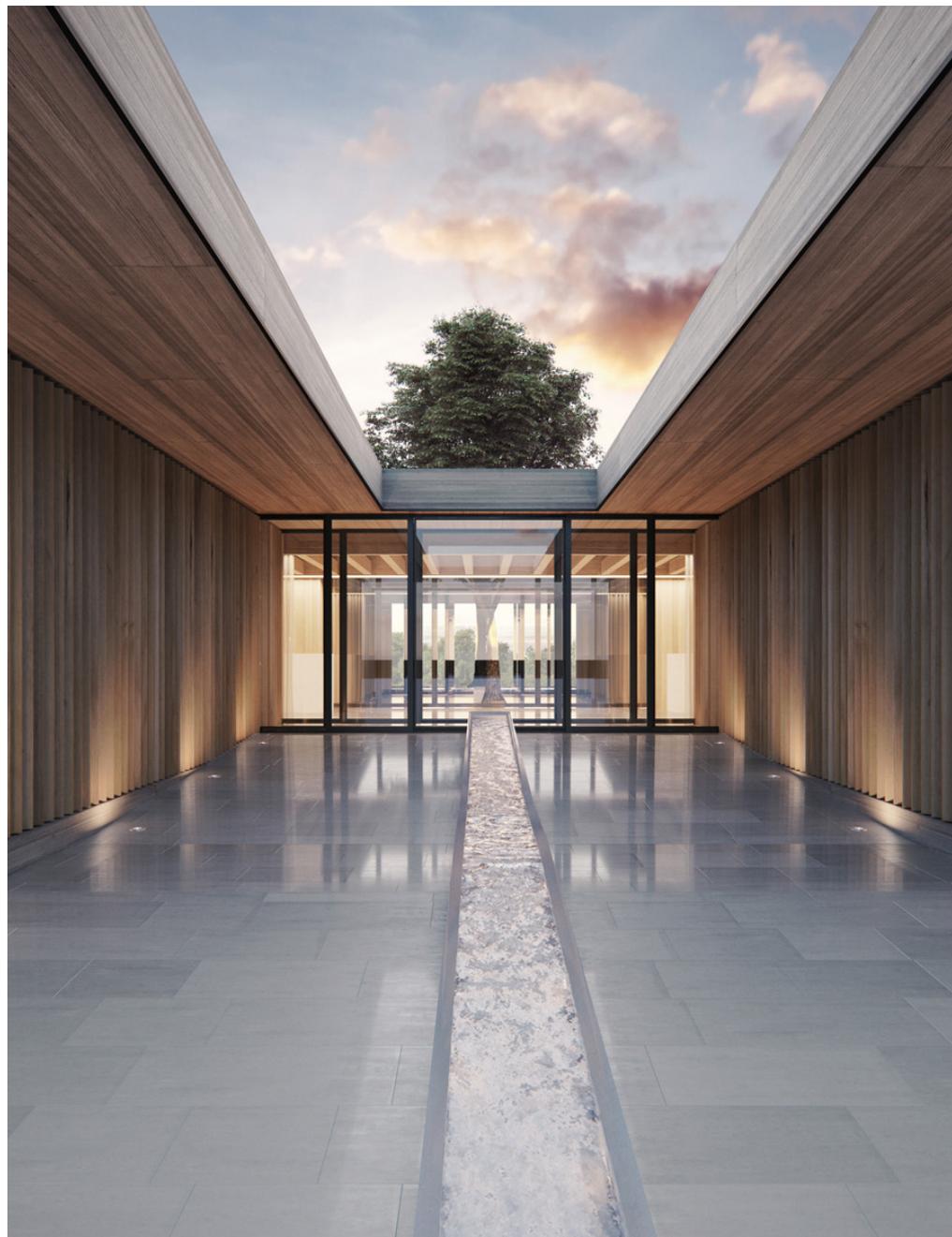


Foto: Matteo Thun & Partner © 2016

Wirksamkeit als Argument für Investoren und selbstzahlende Gäste

Mit den neuen Erkenntnissen der „Jungbrunnen-BERG-Studie“ kann die Wirksamkeit nun untermauert und weitere Schritte zur Angebotsgestaltung unternommen werden. Denn Kooperationen mit Kostenträgern und Fachleuten bedürfen ebenso entsprechender Grundlagen, wie Kaufargumente für Selbstzahler. Erst mit entsprechenden Studien kann also im modernen Neubau eine nachhaltige Produktentwicklung umgesetzt werden.

Übergreifendes Produkt: Nordic aktiv Region im Heilklima, Stärkung des Immunsystems und der Balance

In der „Jungbrunnen-BERG-Studie“ absolvierten die Probanden Badeeinheiten im Jod-Schwefelwasser, kombiniert mit gezielter Bewegungstherapie in Form von Wandern und Nordic Walking in der freien Natur. Am Tegernsee herrscht ein zertifiziertes Heilklima, was die Wirkung von Outdoor-Aktivitäten unterstützt. Um diesen Vorteil mit den positiven Ergebnissen der Studie verbinden zu können, wurde in den letzten Jahren die Modernisierung des „Heilklimaparks“ vorangetrieben. 2018 werden in jeder der fünf Tal-Gemeinden drei bis vier, vom Deutschen Skiverband (DSV) zertifizierte Nordic Walking Strecken eröffnet, wodurch der Tegernsee eine „nordic aktiv ganzjahres Region“ des DSV wird. Diese Strecken sind zudem heilklimatisch vom Deutschen Wetterdienst (DWD) zertifiziert, sodass es in der Region möglich ist, die in der Studie dargestellte Bewegung auf zertifizierten heilklimatischen Strecken nachzubilden. Zusätzlich werden die Gleichgewichtsübungen der Studie

angeboten (u.a. auf den Strecken-Karten), die auf den Wegen begleitend und selbstständig durchgeführt werden können. Diese gezielten Aktivitäten werden mit der erwiesenen Wirkung der Jod-Schwefelquellen ergänzt. Da die Zielgruppe großen Wert auf die Betreuung durch kompetentes Fachpersonal legt, wurde eine Kooperation mit dem Institut für angewandte Sport- und Präventivmedizin der Medical Park Klinik St. Hubertus eingegangen. Zusammen wurde ein „Jungbrunnen“-Programm entwickelt, welches das Studien-Programm nachzeichnet. Erfahrene Therapeuten des Instituts betreuen dabei die Einzel- oder Paar-Gäste individuell bei ihrem Programm.

Jungbrunnen-Programm: Wirksame Heilressourcen, qualitätvolle Unterkunft und kompetentes Personal überzeugen Gesundheitsbewusste

Die Umfragen im Projekt zeigen zudem, dass der gesundheitsbewussten Zielgruppe die Unterkunft besonders wichtig ist und es verschiedene spezifische Kriterien für einen erholsamen Gesundheitsaufenthalt gibt. Neben der Ernährung spielen die Kompetenz und Betreuung ebenso eine Rolle, wie die Unterbringung in einer angenehmen Raumatmosphäre. Anhand dieser Umfragen wurden grundlegende Kriterien für gesundheitstouristische Gastgeber erarbeitet. Ziel war die Bereitstellung von genau abgestimmten Unterkünften zum „Jungbrunnen“-Programm für diese Zielgruppe. Nach einer talweiten Ausschreibung, wurden interessierte Unterkunftsbetriebe nach diesen Kriterien beurteilt und in die Qualitätsoffensive aufgenommen. Die Betriebe wurden umfassend geschult, sodass in diesen Unterkünften noch kompe-

tere Betreuung möglich ist. Auch die direkte Kommunikation der Gesundheitsangebote zum Gast wurde gefördert, sodass im März 2018 zwölf Betriebe zu „Gesundes Land“-Gastgebern zertifiziert werden konnten. Diese werden nun in Kombination mit dem „Jungbrunnen“-Programm vermittelt und können es ihrerseits bewerben.

Vielgestaltige und nachhaltige Produktentwicklung

Zusätzlich zu den betreuten 3- und 5-Tages Programmen und der Möglichkeit, selbst aktiv zu werden, soll außerdem ein kassenbezuschusstes Präventionsprogramm entwickelt werden. Hierfür muss allerdings nach Vollendung der Studienauswertung mit aufbereiteten Fachunterlagen und mithilfe entsprechender Experten ein Programm nach Vorgaben des Präventionsleitfadens erarbeitet und bei der zentralen Prüfstelle für Prävention eingereicht werden. Dieses Angebot wird daher erst im Lauf des Jahres 2018 ausgearbeitet und voraussichtlich 2019 geprüft werden können. Egal ob der Gast allein auf den neuen Strecken aktiv sein möchte, selbstständig Bäder im (ab Ende 2019) neu eröffneten, modernen Jod-Schwefelbad nehmen oder umfassend betreut den „Jungbrunnen Tegernsee“ in individuellen Programmen erleben möchte: Der Jungbrunnen liegt am Tegernsee!

Kontakt für weitere Informationen:

Stefanie Pfeiler

(s.pfeiler@tegernsee.com),

Geschäftsführer Christian Kausch

(c.kausch@tegernsee.com)

POSITIONIERUNG VON STANDORTFAKTOREN ABTENAU IM TENNENGAU



Foto: Tourismusverband Abtenau

Durch Zufall entdeckte ein Förster vor über 150 Jahren im Bereich der „Zwieselalm“ die Quelle des Abtenauer Heilwassers. Das salzig-herbe, hochmineralisierte Wasser weckte sofort das Interesse des Kammerdieners des Herzogs, dieser ließ es untersuchen und erwarb die Gründe rund um die Quelle.

Keine 10 Jahre später, nämlich 1871 wurde ein Hotel mit Bädern, das sogenannte „Zwieselbad“ errichtet. Ein Schweizer Hotelpionier namens Peter Robert Badrutt übernahm dieses vor dem Ersten Weltkrieg und brachte es auf den neuesten Stand. Bereits damals wurden Inhalationen, Trinkkuren und balneotherapeutische Anwendungen durchgeführt. Die Indikationen der Kuren umfassten vielerlei Erkrankungen, beispielsweise chronische Hautkrankheiten, Rachitis, Gal-

lensteine, chronischer Magenkatarrh und viele andere. In den 1930er Jahren erlebte das Abtenau-Bad seine Glanzzeiten, das Wasser wurde in Flaschen abgefüllt und sogar über die Landesgrenzen hinaus exportiert. Wie so viele Heilbäder und Kurhäuser überlebte das Abtenauer Bad den Zweiten Weltkrieg nicht und geriet zusehends in Vergessenheit.

Mit der Jungbrunnen-BERG-Studie in die Zukunft

Heute möchten die Bürgerinnen und Bürger der Marktgemeinde Abtenau wieder an die einstige Badekultur anknüpfen und haben einen Prozess zur Entwicklung gesundheitstouristischer Produkte begonnen. Das Interreg-Projekt „Trail for Health Nord“ (AB40) ermöglichte die Durchführung der Jungbrunnen-BERG-Studie auch in Abtenau. Dies bedeutet nun

eine einzigartige Chance, die Marktgemeinde und die gesamte Region Tennengau durch das Alleinstellungsmerkmal „lokales Heilwasser“ im gesundheitstouristischen Markt zu positionieren. Die Basis aller Produkte bilden die Jungbrunnen-BERG-Studien-ergebnisse, die die medizinischen Effekte von Heilbädern und Bergwandern klinisch bestätigen. Die Ergebnisse der Jungbrunnen-BERG-Studie liegen auf, nun werden verschiedenste ganzheitliche Konzepte ausgearbeitet und evaluiert, um eine optimale und nachhaltige Nutzung gewährleisten zu können.

Badehäuschen im alpenländischen Stil: Das Abtenauer „Bauernbad“

Durch die Interims-Badeeinrichtung während der Jungbrunnen-BERG-Studie in einem ehemaligen Wirtschaftsgebäude des Heimatmuseums Arler-

hof in Abtenau entstand die Idee eines kleinen Badehäuschens im alpenländischen Stil, passend in die Region des Lammertals. Die Probanden fühlten sich rundum wohl in dieser urigen, ruhigen Atmosphäre dieser Einrichtung mit gemütlichem Ambiente und stetigem Blick auf die herrliche Landschaft und das Tennengebirge. Das war der Impuls für das Konzept des sogenannten „Bauernbads“.

Leben ist Bewegung

Zertifizierte Wanderwege, ausgeschilderte Lauf- und Nordic Walking-Wege und Themenwege – all das hat Abtenau im Tennengau mit großer Vielfalt zu bieten. Zwei wichtige Messparameter der Jungbrunnen-BERG-Studie ergaben, dass das Gleichgewicht und die Gehgeschwindigkeit durch

das Wandern im kuptierten Gelände um ein Vielfaches verbessert werden, und zwar bereits nach sieben Tagen. Allein in Abtenau gibt es ein Wanderwegenetz von über 300 Kilometern. Außerdem bietet das größte Almgebiet Österreichs, die Postalm, verschiedene Rundwege mit unterschiedlichen Steigungs- und Schwierigkeitsgraden. In Planung sind auch Gesundheitswege und ein Motorikpark.

Rundum gesund in Abtenau

Leben im Einklang mit der Natur ist der Region sehr wichtig. Daher wurde auch ein Kräuter-Wasser-Erlebnisweg am Dachserfall eröffnet. Nach der Wanderung, welche direkt am Ursprung des Wasserfalls vorbeiführt, sorgt die natürlich angelegte Kneippanlage für die perfekte Abkühlung. Das nach Pfarrer

Sebastian Kneipp benannte Behandlungsverfahren fördert die Durchblutung und reguliert den Bluthochdruck. Das Thema Wasser ist in der Region stark verankert und wird durch die Schaffung der neuen Infrastrukturen und Angebote zu einem neuen touristischen Zugpend der Region.

Den Einheimischen in und rund um Abtenau ist das Wissen um die gesundheitliche Wirkungskraft des Abtenauer Heilwassers nie verloren gegangen, daher nutzen sie es seit jeher für Ihre eigene Gesundheit, sei es für Prävention oder Heilung.

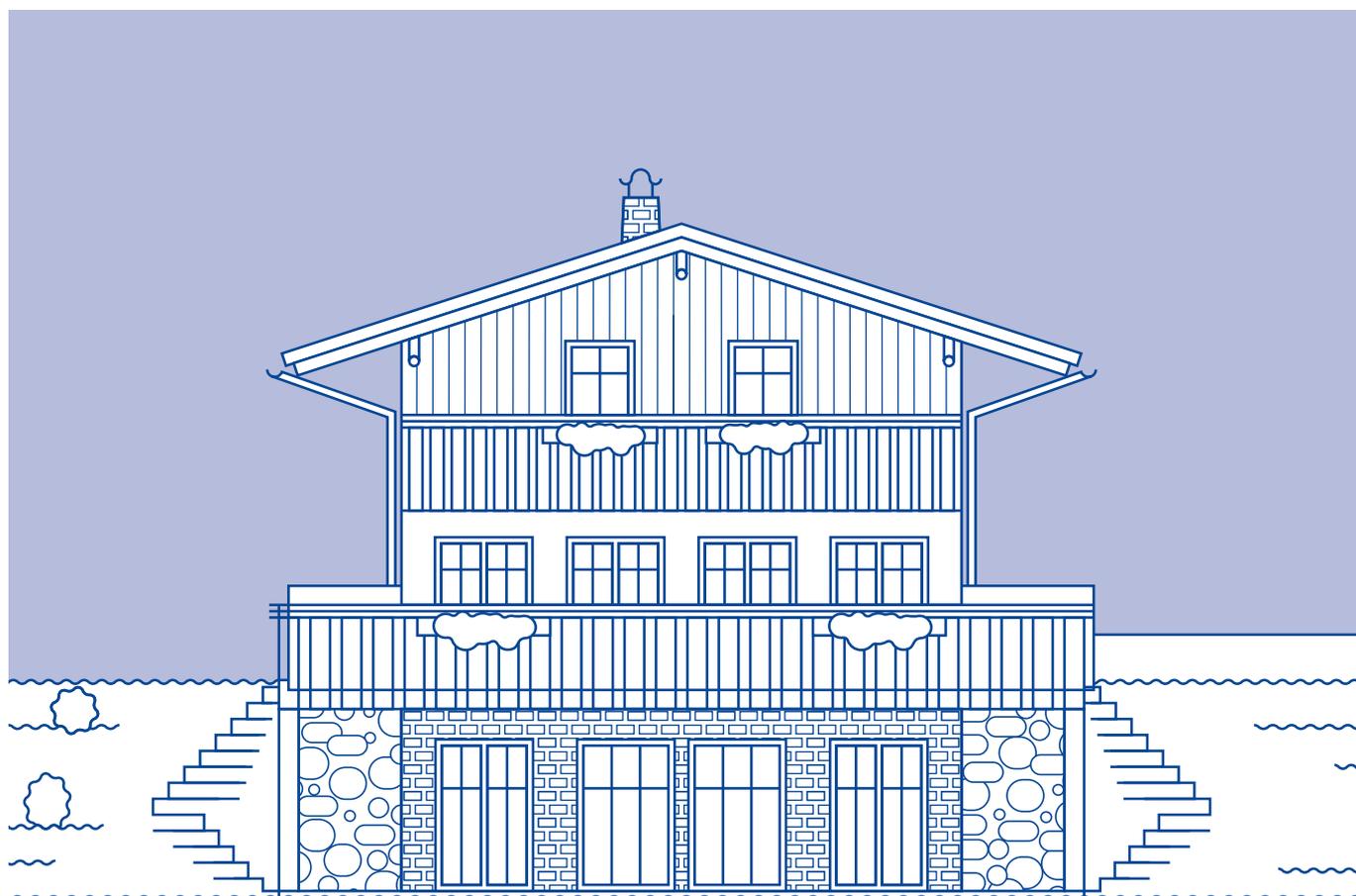
Kontakt für weitere Informationen:

Petra Gsenger

petra.gsenger@abtenau-info.at

Geschäftsführer Franz Pölzleitner

f.poelzleitner@tennengau.at



POSITIONIERUNG VON STANDORTFAKTOREN BAD REICHENHALL

Reisen für die Gesundheit und die Schönheit ist ein Trend seit dem 19. Jahrhundert. Bad Reichenhall ist kompetentes AlpenSole-Heilbad im Berchtesgadener Land, seit 4000 Jahren bekannt für die salzigen Heilquellen.

Durch die „Industrielle Revolution“ ab den 1830er Jahren wurde neben dem Adel auch das Bürgertum wohlhabend.

Die Sehnsucht nach frischer Luft, Bewegung, Landidylle und Wasser, sowie wohltuenden Anwendungen war groß – man konnte es sich leisten, zu reisen und zur „Sommerfrische“ zu fahren. König Max II., Sohn von Ludwig I., machte Bad Reichenhall 1848 durch seinen fünfwöchigen Aufenthalt „hof- und adelsfähig“. Man reiste nun zu Kurzwecken nach Bad Reichenhall. Viele Sommerfrischler bauten sich in Bad Reichenhall herrschaftliche Häuser, so entstand das elegante Villenviertel mit den Solitärbauten umrahmt von Grünflächen und Zäunen, ganz mit städtischem Charakter, zum Teil nach Vorbildern Schweizer Chalets.

Mit dem Interreg-Projekt „Trail for Health Nord (AB 40)“ wird an die gesundheitstouristische Bedeutung der Alpenstadt Bad Reichenhall angeknüpft. Die Weiterentwicklung von Gesundheitsprodukten mit Fokus auf die natürliche AlpenSole ist wichtiger Bestandteil der Angebotsentwicklung. Vor allem kann belegt werden, dass nicht nur die klassischen Kuranwendungen gesund sind, sondern dass auch das Ambiente und die natürlichen Gegebenheiten einen erheblichen Anteil zum Wohlbefinden der Gäste beitragen.

Fazit: Eine Woche Aufenthalt in Bad Reichenhall gepaart mit Wanderungen und AlpenSole-Bädern wirkt ver-

jüngend und aktiviert das Immunsystem nachweislich.

Charaktervolle Alpenstadt mit historischen Wurzeln

Die Gesundheitskompetenz Bad Reichenhalls findet sich in einem qualitativ hochwertigen Angebot der Kurmittelhäuser und Kurhotels zur speziellen Behandlung unterschiedlicher Beschwerden von Haut, Atemwegen, Bewegungsapparat und Stress.

Doch die Alpenstadt ist heutzutage vielfältiges Urlaubsziel für Erholungssuchende aller Altersgruppen – für sich allein oder mit der ganzen Familie.

Wie keine andere Stadt Deutschlands vereint Bad Reichenhall unberührtes Natur- und Wandererlebnis mit den vielfältigen kulturellen Möglichkeiten einer charmanten Alpenstadt – und das alles unter der einzigartigen Atmosphäre der AlpenSole.

AlpenSole im Überblick

Die AlpenSole, mit höchstmöglichem Salzgehalt von ca. 26 %, enthält die Kraft und die wertvollen Bestandteile des Urmeeres, wirksame Mineralien und Spurenelemente. AlpenSole wird erfolgreich bei Asthma, Bronchitis und COPD, aber auch bei Erkältungen, Allergien, orthopädischen Beschwer-



Foto: Berchtesgadener Land Tourismus GmbH

den, Hauterkrankungen und zur Erholung bei Stress-Symptomen und bei Erschöpfung eingesetzt.

AlpenSole-Erlebnisse

Die AlpenSole ist in Bad Reichenhall ständiger Begleiter: AlpenSole-Springbrunnen, die bei einem Spaziergang zum Verweilen einladen, Deutschlands einziges AlpenSole-Kneippbecken oder das Spa & Familien Resort RupertusTherme mit seinen AlpenSole-Becken in verschiedenen Solegrädigkeit. Ein Besuch der Alten Saline mit ihrem verzweigten unterirdischen Stollensystem ist ein Erlebnis für die ganze Familie. Sogar bei Wan-

derungen in der Natur um Bad Reichenhall auf dem SalzAlpenSteig oder dem Soleleitungsweg – immer folgt man dem Ursprung des Salzes.

Natürliche Wohlfühlqualität

Gesunde Bergluft, eine einzigartige Bergwelt und eine intakte Naturlandschaft bilden seit jeher das Kapital Bad Reichenhalls. Seit vielen Jahren setzt sich der bayerische Kurort bereits für einen verantwortungsvollen Umgang mit seiner Umwelt ein. Wandern hat in Bad Reichenhall und Bayerisch Gmain immer Saison. Die Auswahl reicht von barrierefreien und kaum ansteigenden Wegen im Tal bis

hin zu anspruchsvollen Bergtouren zu wunderschönen Aussichtspunkten mit Blick zum Chiemsee, ins Berchtesgadener Land und nach Österreich. Rund um Bad Reichenhall und Bayerisch Gmain stehen rund 60 Tourenangebote zum Atem- und Genusswandern zur Verfügung, auf einer Streckenlänge von ca. 180 Kilometern.

Kontakt für weitere Informationen:

Sophie Lödermann

(s.loedermann@bgl.t.de)

Mag. Gabriella Squarra,

Geschäftsführerin Bayerisches Staatsbad

Bad Reichenhall Kur-GmbH,

(gabriella.squarra@kurgmbh.de)





Lead-Partner:
Paracelsus Medizinische
Privatuniversität Salzburg,
Institut für Ecomedicine



Innovations- und Technologie-
transfer Salzburg GmbH



Ludwig-Maximilians-
Universität München,
Department für Geographie



Hochschule für angewandte
Wissenschaften München,
Fakultät für Tourismus



Bayerisches Staatsbad
Bad Reichenhall Kur-GmbH
Bad Reichenhall/Bayerisch
Gmain



Tegernersee Tal
Tourismus GmbH



Jod-Schwefelbad,
Bad Wiessee



Abtenau
im Tennengau



Interreg, Österreich-Bayern 2014-2020, Europäische Union – Europäischer Fonds für Regionale Entwicklung, Trail for Health Nord (AB 40) – Projektvolumen: 1,08 Mio €



Tennengau
im Salzburger Land



Impressum

Herausgeber:

Paracelsus Medizinische Privatuniversität Salzburg gemeinsam
mit dem Innovationservice für Salzburg (ITG)

Projektpartner:

Paracelsus Medizinische Privatuniversität Salzburg,
Innovationservice für Salzburg (ITG), Ludwig-Maximilians-Universität
München (Department für Geographie), Hochschule für angewandte
Wissenschaften München (Fakultät für Tourismus), Bayerisches
Staatsbad Bad Reichenhall Kur-GmbH Bad Reichenhall/Bayerisch
Gmain, Tegernersee Tal Tourismus GmbH, Tennengau (Abtenau)

Für den Inhalt verantwortlich:

Univ.- Doz. Dr. Arnulf Hartl

Hinweis:

Aus Gründen der Lesbarkeit verzichten wir in unserer
Broschüre auf eine geschlechtsspezifische Differenzierung.
Entsprechende Begriffe gelten in gleicher Weise für
Frauen und Männer.

Grafische Gestaltung:

Marcus Posch Graphic Design

Bildmaterial:

Matteo Thun & Partner – Berchtesgadener Land Tourismus GmbH
Hansi Heckmair – Tegernersee Tal Tourismus GmbH
Tourismusverband Abtenau, Pexels, Adobe Stock

Kontakt für weitere Informationen:

Institut für Ecomedicine
Mag. Renate Weisböck-Erdheim, MBA MIB
Univ.- Doz. Dr. Arnulf Hartl,
Strubergasse 22, 5020 Salzburg, Austria
Tel.: +43 662 2420-80530

E-Mail:

ecomedicine@pmu.ac.at

Internet:

www.pmu.ac.at/ecomedicine