

# Kursbuch Tourismus Bad Endorf



9.11.2004



ETB Edinger Tourismusberatung GmbH  
Innsbruck – Wien



# Auftrag

- ✓ Analyse des Ist-Zustandes
- ✓ Stärken-Schwächen-Analyse und Chancen-Gefahren-Profil
- ✓ Abklärung der bedeutsamen Marktentwicklungen für Bad Endorf
- ✓ Entwurf von Zielen und Strategien für die zukünftige Entwicklung der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Bad Endorf
- Erarbeitung konkreter Massnahmen



**w w w . e t b . c o . a t**



# Stärken-Schwächen

## ➤ Stärken

- ☺ Die **attraktiven landschaftlichen** Gegebenheiten im oberbayerischen Voralpenland.
- ☺ Die **gute Lage** – in einem Einzugsbereich von einer Tagesreise wohnen ca. **240 Millionen** Menschen mit zum Teil hoher Kaufkraft.
- ☺ Die Bekanntheit und das gute **Image der „Gesundheitswelt Chiemgau“**.
- ☺ Eine der **stärksten Jod-Thermalquellen Europas** und das Naturheilmittel Moor.
- ☺ Die Modernisierung **der Chiemgau Thermen**.
- ☺ Das **breit gefächerte Gesundheitsangebot**.
- ☺ Das **Golfangebot** in der näheren Umgebung und das Rad- und Wanderwegenetz.
- ☺ Das **Engagement** vieler Beteiligten (Arbeitskreise) etwas zu verändern.

## ➤ Schwächen

- ☹ Die **Verkehrsbelastung** auf Grund des Transitverkehrs auf der Nord-Süd- und Ost-West-Achse und des Pendlerverkehrs unter der Woche – keine kur- bzw. gesundheitsortgerechte Verkehrslösung.
- ☹ Die **leerstehenden Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe** im Ortszentrum.
- ☹ Der rückläufige Kurtourismus bzw. das **zu lange Festhalten am Kurtourismus**.
- ☹ Eine zu **starke Konzentration auf das Kurzentrum**. Die Betriebe haben sich zu lange auf die „Klinik“ verlassen.
- ☹ Bad Endorf entwickelt sich weg von der Tourismusgemeinde, hin zur **„Schlafgemeinde“**.
- ☹ Das Image Bad Endorfs als **Krankenhausort** nicht als Gesundheits- oder Wellnessort.
- ☹ Die **qualitativ und quantitativ mangelhafte** Beherbergungsstruktur.
  - ☹ Klein- und Kleinstbetriebe mit ungenügendem Ausstattungsniveau und fehlenden Nebeneinrichtungen.
  - ☹ Kaum zielgruppenorientierte Ausrichtung.



# Chancen-Gefahren

## ➤ Chancen

- ☺ Der Gesundheits- und Thermentourismus stellt einen **Wachstumsmarkt** dar, die Nachfrage steigt weiterhin an.
- ☺ Bad Endorf bietet auf Grund des Images, der Bekanntheit und der Kompetenz der „Gesundheitswelt Chiemgau“ sehr gute Basisvoraussetzungen für eine Positionierung und Profilierung im Bereich „**Gesundheitstourismus**“.
- ☺ Das **Marktpotential Wandern, Rad, Golf** ist sowohl im tagestouristischen als auch im aufenthaltstouristischen Bereich positiv zu bewerten und nach wie vor steigend.
- ☺ Der Umbau der Chiemgau Thermen wirkt als **Initialzündung** für die Weiterentwicklung des Tourismus- und Freizeitangebotes in Bad Endorf.
- ☺ Durch die klare Positionierung und in der Folge Kombination des Hauptprofilierungsbereiches mit anderen Angebotselementen kann in Teilbereichen „**Alleinstellung**“ erreicht werden.

## ➤ Gefahren

- ☹ Es gibt keine Einigung über die **zukünftige Entwicklung**.
- ☺ Es wird weiterhin zu stark am **Kurtourismus** festgehalten, das übrige Tourismus- und Freizeitangebot wird vernachlässigt.
- ☺ Die **Mitbewerber** erweitern und verbessern laufend ihr Angebot, Bad Endorf „tritt auf der Stelle“ bzw. verpasst den Anschluss.
- ☺ Die Struktur des **Beherbergungsangebotes** wird sich nicht wesentlich verändern, die Bettenanzahl geht eher zurück.
- ☺ Die wesentlichen Betriebe und Unternehmen tragen die notwendige **Entwicklungsphilosophie** und –strategie nicht mit.
- ☺ Die **Bevölkerung** steht nicht hinter der Entwicklung des Ortes – Investitionen in den Tourismus werden nicht „anerkannt“.
- ☺ Man bekennt sich nicht zur notwendigen **Dienstleistung**; der Großteil der Betriebe wird den Anforderungen an die Dienstleistungsqualität nicht gerecht.



# Entwicklungsszenarien

- Szenario 1: Entwicklung als Wohngemeinde
- Szenario 2: Entwicklung zum Industrie- und Gewerbeort
- Szenario 3: Entwicklung zum Alterswohnsitz
- Szenario 4: Entwicklung zum „Urlaubsort“ mit Erholungs- und Sportfunktion
- Szenario 5: Entwicklung zum „Sozialbad“
- **Szenario 6: Entwicklung zum „Gesundheitsort“**



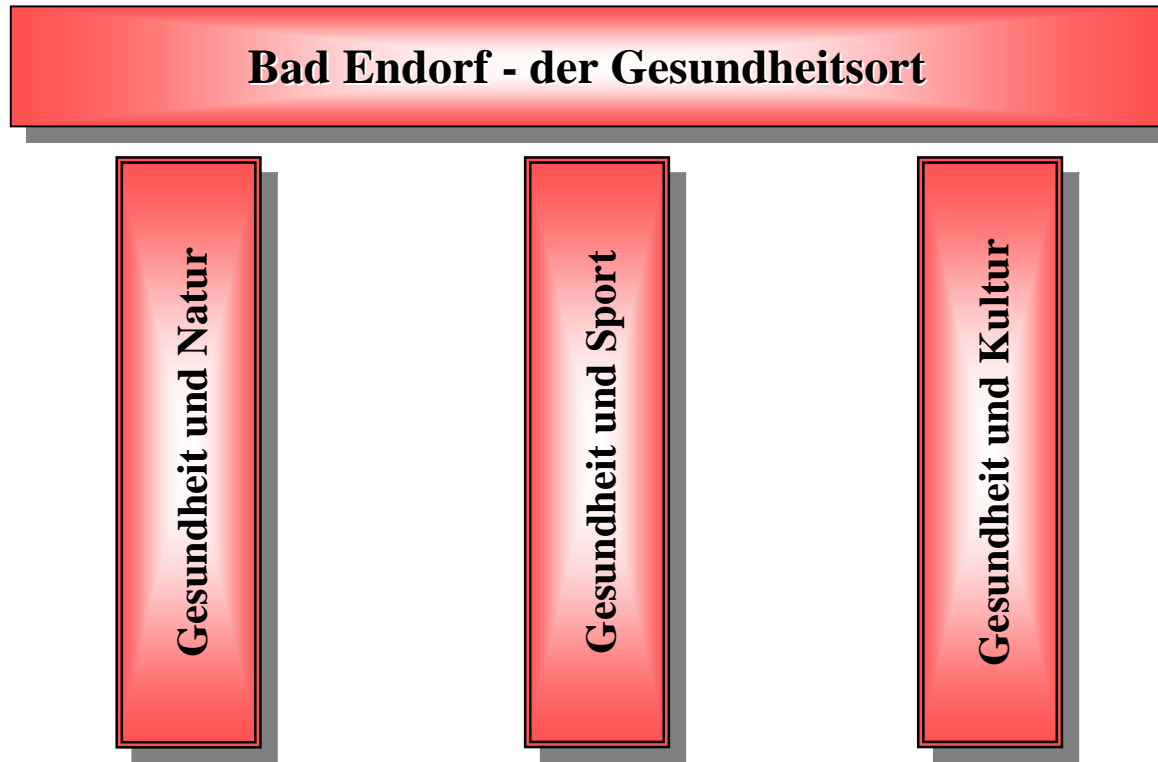
# Ziele

## Bad Endorf, der Gesundheitsort in einer attraktiven Natur- und Kulturregion

- Profilierung zu einem attraktiven, in der Region führenden „**Gesundheitsresort**“
- **Verjüngung der Gästesicht** durch entsprechende Angebotsentwicklung
- Das bestehende Angebot – **Rad, Wandern, Golf, Kultur** – gilt es **besser zu nutzen** – es sind verkaufsfähige Produkte zu schnüren
- Die **Rahmenbedingungen** müssen den hohen **Anforderungen angepasst** werden (Ortsbild, Verkehrssystem, Siedlungsentwicklung)
- Die **Beherbergungskapazität** mittelfristig auf **1.500 Betten** (ohne Krankenhausbetten) erweitern
- Die **Betriebsstruktur** generell **verbessern**
- Die **Ertragskraft** der Betriebe **steigern** – Auslastung der Gästebetten erhöhen



# Positionierung



# Massnahmen im Bereich Natur / Umwelt / Landschaft

- Erhaltung des **typischen Landschaftsbildes**
- **engere Zusammenarbeit** zwischen **Tourismus- und Landwirtschaft**
  - landwirtschaftliche Produkte der Region verwenden
  - heimische Produkte besonders herausstreichen und anbieten
  - Direktvermarktung heimischer Produkte in der „Gesundheitswelt“
- **Nutzungsentgelte** für Rad-, Wander-, Reitwege
- Erstellen eines **Landschaftsplanes** mit Schutzzonen, Landschaftsfunktionen, etc.
- **Prämien** für landschaftspflegende Massnahmen



# Massnahmen im Bereich Raumordnung/Ortsbild/Verkehr

## Massnahmen Raumordnung

- sparsamer Umgang mit den **vorhandenen Bodenreserven**
- **beschränkte Wohnbautätigkeit** - auf den Bedarf der Einheimischen abgestimmt
- sorgsame Prüfung **jeder Art von Verbauung**
- **Funktionalität und Originalität** der diversen Weiler sicherstellen
- **ausgewogenes Verhältnis** zwischen „Gesundheitsort“, „Arbeitsort“ und „Wohnort“ sicherstellen
- Raumordnung muss **unterschiedliche Nutzungen** berücksichtigen und durch die Einrichtung von „Zonen“ Nutzungskonflikte verhindern
  - im Bereich der Simsseeklinik eine „Gesundheitszone-Tourismuszone“
  - ausreichend Fläche zur Erweiterung bzw. Neuerrichtung von Tourismusbetrieben
  - wichtige Versorgungs- und Dienstleistungsfunktionen im Ort erhalten



# Massnahmen im Bereich Raumordnung/Ortsbild/Verkehr

## Massnahmen Ortsbildgestaltung

- das „**Entrée**“ von Bad Endorf **verbessern** – Blumeninsel, Brunnen, Wasserspiele, etc.
- **Renovierungs- und Sanierungsaktion** für erhaltenswerte **Fassaden** und Gebäude (sachliche Beratung und finanzielle Unterstützung)
- „**Gestaltungs- und Färbelungsvorschläge**“ – Pilotprojekt in Zusammenarbeit mit einer Fachschule
- **Blumenschmuck-, Schaufensterwettbewerbe**, etc. zur Bewusstseinsbildung in Richtung schönerer Ort
- **Sauberkeit** und gestalterische Vorbildwirkung **öffentlicher Flächen** und Plätze sicherstellen
- unansehnliche Baukörper durch „optische Kosmetik“ = **Bepflanzung, Fassadenrenovierung verschönern**



# Massnahmen im Bereich Raumordnung/Ortsbild/Verkehr

## Massnahmen Ortsbildgestaltung

- **Werbe- und Hinweisschilder** auf ein **Minimum reduzieren** – Beschilderungsplan
- auf **Gartengestaltung** achten
- Steigerung des Bewusstseins der Bevölkerung für ein schöneres Ortsbild durch **Vorträge, Ausstellungen, Exkursionen**
- 1 x/Jahr spezielle Woche „**Schöneres Bad Endorf**“
- **Ortsbeleuchtung** attraktiv gestalten
- „**Wasser**“ – Brunnen, Wasserspiele, etc. – soll den Ort beleben



# Massnahmen im Bereich Raumordnung/Ortsbild/Verkehr

## Massnahmen Verkehr

- gesamter Bereich der „**Gesundheitszone**“ **verkehrsfrei** bzw. verkehrsberuhigt
- **Ortszentrum verkehrsberuhigt** (Geschwindigkeitsbeschränkung von 30 km/h)
- Verringerung des **Transit- und Durchzugsverkehrs** (Alternativen zur Umgehungsstrasse: z. B. Ableitung bei anderen Autobahnabfahrten)
- attraktive **Fussgängerverbindungen** zu den wichtigsten Einrichtungen („Gesundheitszone – Ortsmitte“; „Gesundheitszone – Seenplatte“; etc.)
- ausreichend **Parkplatzkapazitäten** im Bereich der „Gesundheitszone“
- eine **Umfahrungsstrasse** ist mittelfristig zu planen und umzusetzen



# Massnahmen im Bereich Raumordnung/Ortsbild/Verkehr

## Massnahmen Ruhe

- **spezielle Ruhevorschriften** für bestimmte Saisonzeiten
- **klare Lieferzeiten** während des Tages für Lieferanten
- generelles **Nachfahrverbot** in der „Gesundheitszone“



# Massnahmen im Bereich der touristischen Betriebe

## Ausbau der „Gesundheitswelt Chiemgau“ bzw. der „Simsseeklinik“

- Konzentration auf die Angebotsschwerpunkte konservative Orthopädie, Rehabilitation und Psychosomatik und Entwicklung **höchster Kompetenz** im **stationären und ambulanten Bereich**
- Erweiterung des Leistungsportfolios im Bereich der integrierten Versorgung und Aufbau eines **Kompetenzzentrums für stationäre und ambulante Leistungen im Chiemgau**
- **Ausbildung** und **Forschung** stärker **forcieren** – Aufbau eines eigenständigen „**Ärzte-Marketings**“
- die **Jod-Thermalsole-Quellen** besser **vermarkten**
- Entwicklung eines 2. Standbeines: innovatives, profiliertes Angebot im Bereich der **Gesundheitsvorsorge und Gesundheitspflege für den „gesunden Gast“** – „**medical fitness**“ mit Leistungsdiagnostik, Fitnesstraining, Ernährungsberatung, etc. Vermarktung in Zusammenarbeit mit dem BGS
- Absicherung der Zukunft durch „Krankenhauspatienten“ - verstärktes Ansprechen von **Selbstzahlern**
- **Dienstleistungsqualität** steigern – vom „Krankenhaus“ zum „**Gesundheitshotel**“
- 1 x/Jahr **Tag der offenen Tür**: Bevölkerung über die Angebote informieren



# Massnahmen im Bereich der touristischen Betriebe

## Leitbetriebe stärken und forcieren

- **entwicklungswillige** und **entwicklungsfähige** Betriebe, die Leitidee umsetzen wollen, herausfiltern
- **Betriebe unterstützen**
- mit „Gesundheitswelt“ über einen vernünftigen Zugriff zum **Kurmittel (Thermalwasser)** verhandeln
- **Kooperation** mit entscheidenden **Infrastrukturträgern** vertiefen



# Massnahmen im Bereich der touristischen Betriebe

## Generelle Verbesserung der Betriebsstruktur

- **Verbesserung** und **Ausbau** des Bestandes
- **Neuansiedlung** von Betrieben
- Installation eines „**Projektentwicklers**“ – kümmert sich ausschliesslich um die Weiterentwicklung des „Gesundheitstourismus“
- „Projektentwickler“ ist Bindeglied zwischen **Unternehmer – Gemeinde – GWC**
- Entwicklung eines speziellen „**Sonderförderungsprogrammes Bad Endorf**“ als Starthilfe für engagierte Unternehmer (Gemeinde, Banken, Unternehmer, etc.)
- Unterstützung bei den **Marketingmassnahmen** der Betriebe
- „Neuausrichtung“ des **Gastronomiebereiches**
  - „**gesunde Ernährung**“ soll zu einer besonderen „**Positionierung**“ des Ortes beitragen
  - Gastronomie für das Angebot einer „**gesunden Küche**“ gewinnen
  - spezielle Stelle für **Ernährungsberatung** installieren
  - **Vortragsreihen, Seminare** für „gesunde Ernährung“ organisieren



# Massnahmen im Bereich der touristischen Betriebe

## Spezialisierung und Profilierung der Betriebe

- **Ganzheitsmedizin** (das Befassen mit Körper, Geist und Seele in ihrer Gesamtheit) und **Naturheilverfahren**
- Spezialangebote für besonders **bewusste Ernährung, Bewegung**
- Umfassende „**Wellness-Betriebe**“ für Stress-Abbau, Kosmetik
- **Wanderspezialisten**
- **Radbetriebe**
- **Golfhotels**
- **Bushotels**, etc.

## Neuansiedlung von Betrieben

- mindestens **300 - 500** zusätzliche Betten in der **4\*-Kategorie**
- es Bedarf konkrete „Ansiedlungsförderung“
  - günstige **Grundstücke**
  - **Aufschliessung** durch die Gemeinde
  - **finanzielle Unterstützung**
- mittels „Standortdokumentation“ auf Investorensuche gehen



# Massnahmen im Bereich Handel und Gewerbe

- die „**Gesundheitsphilosophie**“ muss auch von einem Teil der Handels- und Gewerbebetriebe mitgetragen werden
  - z. B. Bad Endorf das **Zentrum „gesunder Einrichtung“**
  - spezielles **Beratungs- und Kompetenzzentrum für „gesundes Wohnen“** in Kooperation mit der „GWC“ errichten
  - „gesunde Ernährung“, „richtige Haltung“ ist **Schwerpunktthema** in den **Kindergärten** und **Schulen**
  - **Landwirtschaft** wird intensiv **eingebunden** – keine künstlichen Düngemittel, Pestizide, etc.
- Schaffung eines gemeinsamen, **einprägsamen Logos** für alle „Gesundheitsanbieter“ des Ortes
- regelmässiges durchführen von **Veranstaltungen zum Thema Gesundheit** in Zusammenarbeit mit den Bad Endorfer Betrieben und der Gesundheitswelt, z. B. „Gesundheitstage“, Vorträge über Gesundheit, Bauernmarkt, Ostermarkt, Christkindlmarkt, etc.



# Massnahmen im Bereich der touristischen Betriebe

## Informations-, Motivations- und Schulungsoffensive

- informieren der Vermieter, Gastronomen, Gewerbe- und Handelstreibende, Bevölkerung über die **angestrebten Entwicklungsziele** „Gesundheitsort Bad Endorf“
- verstärkte Information der Bevölkerung über die Entwicklungen in der „Gesundheitswelt“ und den **Baumassnahmen in den „Chiemgau Thermen“** – grosses Infodefizit!!
- die **Bedeutung der Tourismuswirtschaft**, die wirtschaftlichen Verflechtungen und Zusammenhänge transparenter darstellen
- Aufgaben und **Leistungen der Betriebe würdigen** und anerkennen
- 2 x/Jahr eine **spezielle Informationsveranstaltung** für Gemeinde, GWC, Kurverwaltung, Unternehmer, etc. über Angebote, Veränderungen, Neuerungen
- **spezielle Gesundheitswoche** um Bewusstsein zu bilden
  - die Bevölkerung über alle Gesundheitsangebote voll informieren
  - die Bevölkerung von der Qualität der Heilmittel überzeugen
  - das bestehende Image von Bad Endorf als Kurort in Richtung Gesundheitsort verändern



# Massnahmen im Bereich der touristischen Betriebe

## Informations-, Motivations- und Schulungsoffensive

- **Schulungs- und Weiterbildungsbereich intensivieren** – Seminare über z. B. „Verkaufsförderung“, „Anfragebeantwortung“, „Angebotsgestaltung“, etc.
- **Besichtigungsfahrten** zu „Vorbildbetrieben“, „GWC“ und Gemeinde organisieren jährlich eine „Spezialexkursion“
- Arbeitskreise zur **Schaffung eines „WIR-Gefühls“** weiterführen und von einem externen Moderator leiten lassen

## Qualitätskampagne starten

- Kurverwaltung + Gewerbeverein: **„Qualitätsbetriebe Bad Endorf“**
  - Ausarbeitung spezieller **Qualitätskriterien** (Hard- und Software) für alle Angebotsträger



# Massnahmen im Bereich der touristischen Sport- und Freizeiteinrichtungen

## Aufbereitung des Naturangebotes

- „Naturlandschaft“ für den Gast **erlebbar** machen

## Optimierung des Wanderwegenetzes

- Einrichtungen und **Angebote** in der Region **durch Wanderwege miteinander** verbinden
- bestehendes **Wanderwegenetz ausbauen** und an überregionale Wanderwege anschliessen
- Wander- und Spazierwege **ausreichend** und **einheitlich beschildern**
- Wegenetz in einem **guten Zustand halten**
- Wander- und Spazierwege für **unterschiedliche Zielgruppen** anlegen und einteilen (ebene Rundwanderwege, 1-Stunden-Wege, Halbtages-/Tageswanderungen, etc.)
- **Wanderkarten laufend adaptieren** und leicht lesbar und verständlich anfertigen
- ausreichend **Ruhe- und Panoramaplätze** auf Wanderwegen einrichten
- Wege „**thematisieren**“
- Angebot von **geführten Wanderungen** – Nordic Walking im Sommer und Schneeschuhwanderungen im Winter
- Wanderwegenetz der **Bevölkerung** näher bringen (Gesundheitswoche!)
- Errichtung einer **Lauf- und Walking-Arena**



# Massnahmen im Bereich der touristischen Sport- und Freizeiteinrichtungen

## Optimierung des Radwegenetzes

- **Radwegenetz** permanent **verbessern** und ausbauen (Halbtages-, Ganztagestouren, etc.)
- Anbindung an **überregionale Radwegerouten**
- **Angebote der Region** in das Radwegenetz einbinden
- **einheitliche Beschilderung** und entsprechendes Kartenmaterial
- **Öffentlicher Fahrradverleih** im Ort mit Reparaturmöglichkeiten und Ersatzteilen
- Angebot von **geführten Radtouren**, z. B. Themenradtouren
  - „Kulturradtour“, „Seenradtour“
- Infrastruktur und Angebot der Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe „**radfreundlich**“ gestalten

einzelne Sportangebote in Kombination mit Leistungschecks, Fitprogrammen, etc.  
– Errichtung **spezieller Kompetenzzentren** mit „Schulungsprogrammen“



# Massnahmen im Bereich der touristischen Sport- und Freizeiteinrichtungen

## Verbesserung der übrigen Sport- und Freizeiteinrichtungen

- Freibad, Sportplatz, Tennisanlage, etc. in das **Gesamtangebot integrieren**
- Einrichtungen dem Gast **aktiv anbieten**
- Vermieter, Gastronomen, Wirtschaftstreibende, etc. müssen die **Anlagen auch anbieten**



# Massnahmen im Bereich der touristischen Kooperation

## Kooperationen mit wesentlichen Anbeterspartnern eingehen

- das **Golfangebot** entsprechend **präsentieren** und die Golfplätze in der Region laufend mitvermarkten
- „**echte Golfangebote**“ **schnüen** (z. B. Übernachtung in einem Bad Endorfer Hotel inkl. Greenfee beim GC Höslwang)
- **Chiemsee Golfcard weiter ausbauen** (auch verstärkt auf Beherbergungsbetriebe)
- **Kulturangebot** der Region (Chiemsee Inseln, chiemseeART) **stärker einbinden**
- **Tagesausflüge** nach Salzburg und München anbieten
- **engere Kooperation** zwischen den „**Bad Endorfer Beherbergern**“ und der „**Gesundheitswelt Chiemgau**“
- **engere Zusammenarbeit** zwischen der „**GWC**“ und dem „**BGS**“



# Massnahmen im Bereich der touristischen Organisation

- **Kurverwaltung** wird in **professionell agierende Stabstelle** umfunktioniert
  - „Projektentwickler“ ist hauptverantwortlich
  - **bisherigen Mitarbeiter** perfektionieren die „**Informations- und Servicedienste**“
- in Zusammenarbeit mit dem „Projektentwickler“ sind **Aufgaben der „Kurverwaltung“**
  - Sicherstellung einer **koordinierten und kooperativen Vorgangsweise** aller Anbieter
  - **Kommunikation nach innen** steuern
  - **Unterstützung der touristischen Werbung** – hauptsächliche Marketingarbeit wird überregional vom „Chiemsee Tourismus“ durchgeführt
  - für die vielen **Kleinarbeiten** im Ort, z. B. Erhaltung und Pflege der Wanderwege sind die diversen **Arbeitskreise zuständig**



# Umsetzungsplan

- **Diskussion** der angestrebten Entwicklungsziele, des Kursbuches und der resultierenden Massnahmen und **Beschlussfassung** durch die **zuständigen Entscheidungsgremien**
- Installation eines „**Projektentwicklers**“
- eine **breite Informations- und Motivationskampagne starten**, um alle direkt und indirekt Betroffenen einzubinden
- die **notwendigen Partnerschaften aufbauen**, intensivieren, pflegen
- das **Zusammengehörigkeitsgefühl verstärken**, den Umgang miteinander verbessern, sich gegenseitig akzeptieren.

