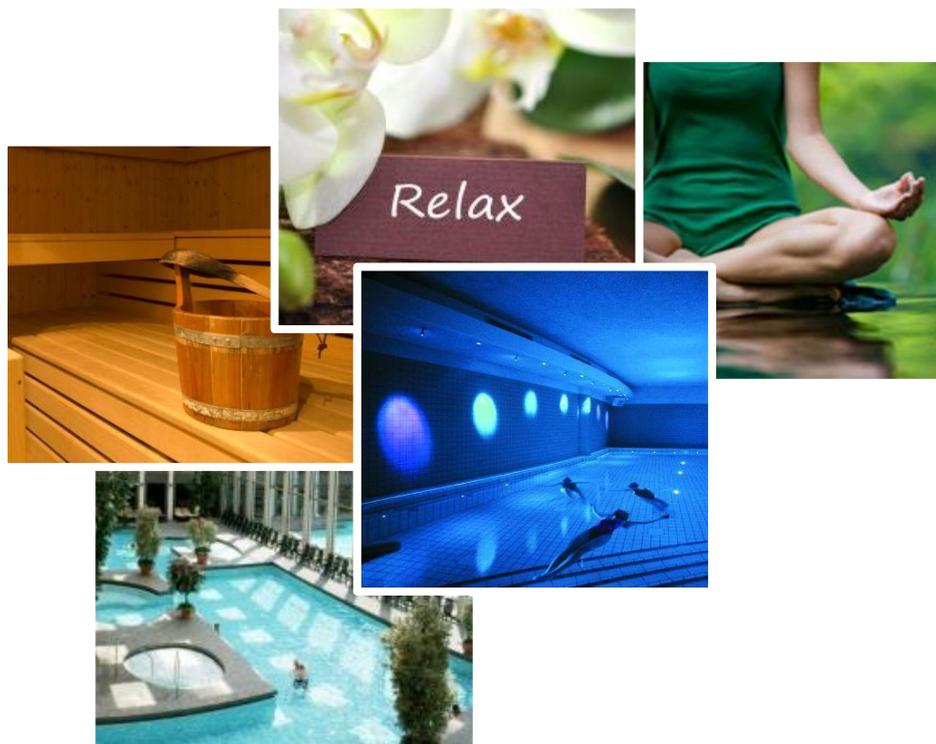


## Wellness – Quo vadis?

Potentiale und Herausforderungen für Thermen in den neuen Bundesländern unter der Prämisse dynamischer Trends und Entwicklungen im Freizeit- und Tourismusmarkt

---



Schriftliche Ausarbeitung zur Erlangung des akademischen Grades  
Master Of Arts (M.A.)

**Vorgelegt von**

Herrn Michael Laueremann  
Matrikelnummer: 1083910  
Prinzessinweg 27  
26122 Oldenburg  
Email: michael.laueremann85@gmx.de

**GutachterInnen**

Prof. Dr. Andreas Kagermeier  
Prof. Dr. Renate Freericks

# Executive Summary

## → Forschungsgegenstand

Diese Studie beschäftigt sich mit Trendforschung im Bereich der Freizeit- und Tourismusbranche. Konkret werden Chancen und Risiken eruiert, die einen nachhaltigen Einfluss auf die Thermen in den neuen Bundesländern haben. Dabei soll der Blick vor allem auf das wellnesorientierte Angebot gelenkt werden. Somit lautet die zentrale Forschungsfrage dieser Arbeit:

**Was für Potentiale und Herausforderungen ergeben sich zukünftig für die Thermen in den neuen Bundesländern, speziell im Wellnesssegment unter der Prämisse dynamischer Trends und Entwicklungen?**

Als weitere vertiefende Fragen sollen geklärt werden, welche gesellschaftlichen und touristischen Trends signifikanten Einfluss auf den Thermenmarkt ausüben. Darüber hinaus können konkrete Branchentrends identifiziert, auf deren Grundlage Chancen und Risiken aufgezeigt und Handlungsempfehlungen abgeleitet werden. Die Arbeit dient somit als wichtige Orientierungshilfe für zukünftige Managemententscheidungen.

## → Aufbau der Arbeit und Methodik

Die Arbeit untergliedert sich in drei zentrale Bausteine sowie eine Synthese, in der die vorweg aufgeführten Abhandlungen zusammengefasst und verdichtet werden. Baustein eins behandelt dabei neben den theoretischen Ausführungen zur Trendforschung signifikante Trends in der deutschen Freizeit- und Tourismusbranche. Baustein zwei geht schließlich auf das umfassende Wellnessphänomen ein, indem der Begriff wissenschaftlich eingeordnet wird und konkret Wellnesstourismus als gesundheitsorientierte Reiseform weiteren touristischen Segmenten gegenübergestellt wird. Schließlich erfolgt eine breitgefächerte strukturelle Analyse des deutschen Wellnessmarktes, sowohl auf der Angebots- als auch auf der Nachfrageseite. Baustein drei geht schließlich auf die Thermen in den neuen Bundesländern ein, indem sie dort in die Bäderbranche eingeordnet und ihr Stellenwert sowohl für die Freizeit- und Tourismusbranche als auch für die Wellnessbranche erläutert wird. Auch hier wird eine umfassende Strukturanalyse durchgeführt. Zudem können in diesem Baustein Benchmarks identifiziert werden, herausragende Thermen, die in ganz unterschiedlichem Maße Best-Practice-Beispiele darstellen.

Der Arbeit liegt ein multimethodischer Ansatz zu Grunde. Neben einer umfangreichen Analyse verschiedener Sekundärmaterialien erfolgte eine Triangulation von quantitativen (Thermenbefragung) und qualitativen (Expertengespräche) Befragungselementen.

## → Trends und deren Einfluss auf die ostdeutschen Thermen

Gerade im Bereich des Bäderwesens sowie in der Wellnessbranche ist eine hohe Dynamik auszumachen. Dementsprechend wirken Trends elementar auf den Markt der Thermen. Als wichtige gesellschaftliche und touristische Entwicklungen konnten dabei folgende Phänomene identifiziert werden:

- Steigendes Gesundheitsbewusstsein,
- Demographischer Wandel,
- Trend zum Kurzurlaub,
- Konjunkturelle Entwicklungen,
- Suche nach Ruhe und Erholung,
- Zunehmender Stress und Arbeitsbelastung,
- Trend zum Heimaturlaub,
- Steigende Individualisierung,
- Zunehmende Digitalisierung,
- Nachhaltigkeit.

## → Aktuelle Branchentrends im Bereich der Thermen

Neben den gesellschaftlichen und touristischen Trends auf der Nachfrageseite, werden konkret die Branchentrends auf der Anbieterseite genauer beschrieben. Dabei konnten 31 relevante Entwicklungen herausgefiltert und in sechs Trendbereiche zusammengefasst werden.

- *Trend zur Nachhaltigkeit:* Der Trend zur Nachhaltigkeit wird in den deutschen Thermen zusehends aufgegriffen und in betriebliche Angebote sowie Prozesse integriert. Dabei werden sowohl ökologische wie auch ökonomische und soziale Aspekte berücksichtigt.
- *Wellness als Luxuserlebnis:* Wurde Luxus vor Jahren noch mit materiellen Dingen gleichgesetzt, stellen mittlerweile besondere Erlebnisse und hochqualitative Dienstleistungen ein neues Luxusgut dar. Die Menschen sehnen sich nach neuen Reizen, die ihnen nachhaltig im Gedächtnis bleiben.
- *Von der Therme zum Wellnessresort:* Heutzutage ist ein Trend in der Ausweitung der Therme zum ganzheitlichen Wellnessressort zu erkennen. Die Anlagen werden immer größer, qualitativ besser und offerieren verschiedenste wellnesorientierte Angebote. Beispielhaft können hier die Hundertwasser Therme in Bad Blumau oder die St. Martins-Therme in Frauenkirchen genannt werden. Diese Bäder sind mittlerweile regelrechte Wellness-Malls und Präventionsparks.

- *Angebotsdiversifikation*: Thermen profilieren sich mittlerweile nicht mehr nur mit den Themen Wasser und Sauna. Im Zuge der Wellnesswelle gewinnen (innovative) Wellnessangebote wie neuartige Bäder, besondere Peelings oder wohlfühlsame Packungen zusehends an Bedeutung und werden von den Gästen stärker nachgefragt. Durch das steigende Gesundheitsbewusstsein sowie den demographischen Wandel rücken zudem medizinische Anwendungen im Sinne von Primärprävention in den Vordergrund.
- *Thematische Ausrichtung*: Die Positionierung der eigenen Therme im engen Wettbewerb ist heutzutage nur durch ein glaubwürdiges, authentisches Gesamtkonzept zu schaffen. Dieses ist abhängig von der Lage, der Destination, der naturräumliche Ausstattung, der vorhandene Substanz sowie in starkem Maße von der Nachfrage sowie der Konkurrenz.
- *Neue Geschäftsmodelle*: Durch den steigenden Wettbewerb und die hohe Gästeanforderungen wird der Investitionsdruck für Bäder immer größer, gleichzeitig erhöhen sich die laufenden Unterhaltskosten. Der Zuschussbedarf bei vielen Bädern und Thermen ist entsprechend enorm, allerdings werden die Kommunen immer finanzschwächer und Fördergelder durch den Staat oder die EU können nur schwer akquiriert werden. Neue Geschäftsmodelle wie Public-Private-Partnerships oder Stadtwerke-Holding-Konstruktionen rücken in den Fokus.

### → Chancen und Risiken für die ostdeutschen Thermen

Im Zuge verschiedener Trends ergibt sich eine Fülle von Chancen, aber auch von Risiken für die ostdeutschen Thermen. Thermen stellen nach wie vor Leuchttürme der Freizeitwirtschaft dar, dementsprechend können sie als zentrale touristische Einheit innerhalb einer Destination dienen. Es gilt standortgebundene Alleinstellungsmerkmale zu schaffen, Attraktionen, die bei den Gästen eine hohe Rückkehrbereitschaft bewirken. Dabei zeigen sich vor allem Potenziale in den Segmenten Mental Wellness, Regionalität, Qualität und Medical Wellness. Es muss eine hohe Vielfalt an Angeboten offeriert werden, die es den Gästen ermöglichen, das für sie Beste auszuwählen. Im Zuge der steigenden Energiekosten können Thermen bereits heute einen Meilenstein setzen, indem sie nachhaltige Energiekonzepte erarbeiten oder in konkrete energieeffiziente Maßnahmen investieren. Gerade aber der zunehmende Investitionsbedarf stellt die ostdeutschen Thermen vor enorme Herausforderungen. Die vielmals defizitären Bäder erhalten von den Kommunen Subventionen und werden entsprechend künstlich am Leben gehalten. Mittelfristig wird hier eine rückläufige Zuschussbereitschaft vermutet. Ein weiteres Risiko stellt gerade in den neuen Bundesländern der demographische Wandel dar, hier kommt es zu Bevölkerungsrückgängen, Vergreisung und Altersarmut.

## → Infographics

### Stellenwert von Gesundheit und Wellness im Freizeitverhalten

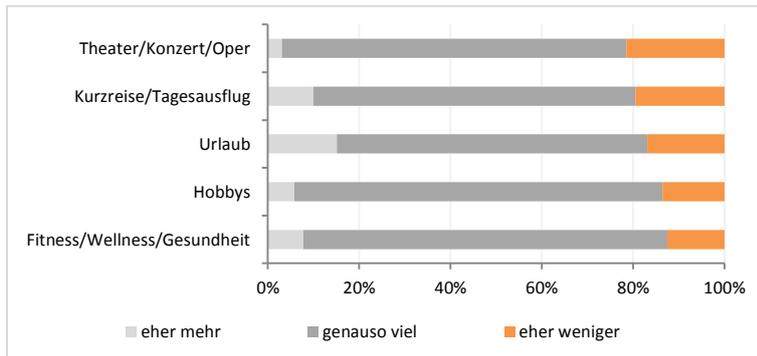
Häufigkeit	Gesundheit	Wellness	Baden/Schwimmen
Täglich	7	0	0
mind. 1 x pro Woche	45	3	9
mind. 1 x pro Monat	68	13	31
mind. 1 x pro Jahr	76	32	65
seltener oder nie	24	68	35

Wellness und gesundheitsbezogene Aktivitäten spielen eine nicht unwichtige Rolle in den Freizeittätigkeiten der Deutschen.

Bereits über sieben Millionen Menschen gehen häufig oder regelmäßig in die Sauna oder ins Dampfbad, gut fünf Millionen nutzen Massagen

Im Zuge der beschleunigten und komplexeren Umwelt sehnen sich die Leute nach Aktivitäten, die im weiteren Sinne ihrer Gesundheit was Gutes tun, vor allem aber eine erholsame Wirkung haben

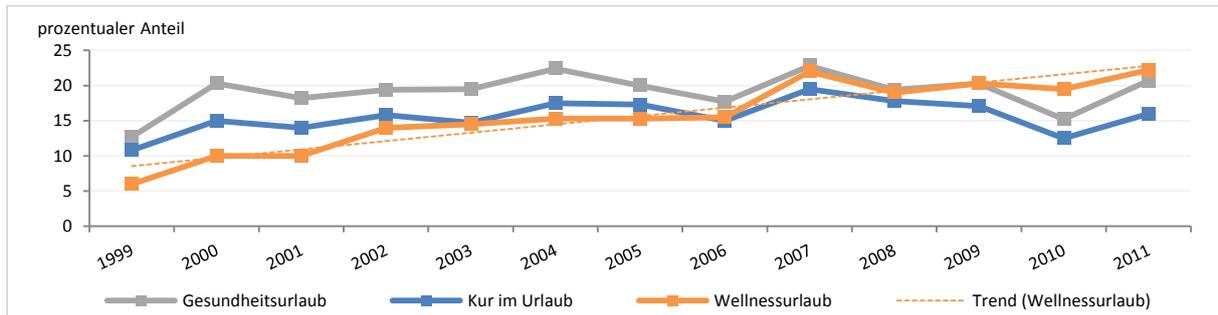
### Entwicklung der Freizeit-Konsumausgaben



Ein Blick auf verschiedene Konsumausgaben zeigt deutlich, dass die Mehrheit der Deutschen in verschiedenen Bereichen der Freizeitwirtschaft zukünftig Einsparungen vornehmen will. Im Bereich Gesundheit/Wellness hält sich der Anteil zwischen einer steigenden und einer rückläufigen Konsumbereitschaft die Waage.

Generell werden die Menschen aber preisensibler und reflektieren ihre persönliche Lage und ihre finanziellen Möglichkeiten zusehends vor dem Hintergrund der generellen volkswirtschaftlichen Entwicklung

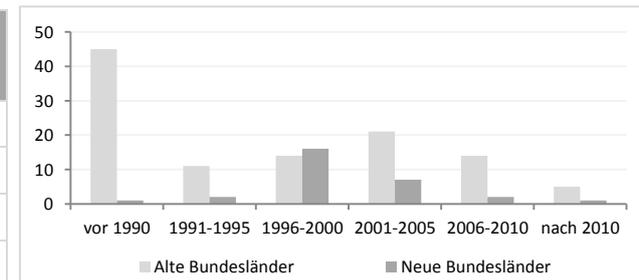
### Interesse an Wellnessurlaub



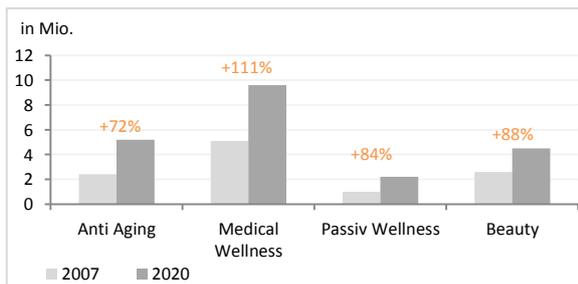
### Wellness-Zielgruppe nach Gesundheitszustand

Selbsteinschätzung Gesundheit	Anteil Bevölkerung (in Prozent)	Interesse für Wellnessurlaub (in Prozent)
vollkommen gesund	46	46
kleinere Beschwerden	34	40
Gesundheit etwas eingeschränkt	15	12
Gesundheit stark eingeschränkt	5	2

### Steigender Wettbewerbsdruck (Anzahl Eröffnungen Thermen)



### Zukunftspotenziale im Wellnessstourismus



### Entwicklungen Besucherzahlen

