

Institut für
Management-Transfer

Prof. Dr. Chr. Kuhlmann

Reprädikatisierung der niedersächsischen Heilbäder **2005-2010**

Wissenschaftliche Dokumentation
und Entscheiderbefragung

— Abschlussbericht —

Stand: 28. Juni 2012

Sertürnerstraße 1
31785 Hameln

Tel.: 05151 / 919 30 50
Fax: 05151 / 919 44 64
mobil: 0176 / 550 800 45

www.imt-kuhlmann.net
mail@imt-kuhlmann.net



Reprädikatisierung der niedersächsischen Heilbäder 2005-2010

Wissenschaftliche Dokumentation und Entscheiderbefragung - Abschlussbericht

Autor: Prof. Dr. Chr. Kuhlmann

Inhalt

Teil I: Ergebnisse und Schlußfolgerungen

1) Einleitung..... 3

- 1.1) Organisatorischer Rahmen
der Reprädikatisierung..... 3
- 1.2) Zur vorliegenden Untersuchung 4
- 1.3) Weitere Analysen..... 5

2) Zusammenfassung der Ergebnisse 6

- 2.1) Durchführung der Reprädikatisierung.. 6
- 2.2) Auswirkungen in den Kurorten 9
- 2.3) Der Beitrag der Service-Agentur..... 12

Teil II: Dokumentation

3) Dokumentenanalyse 14

- 3.1) Vorgehensweise..... 14
- 3.2) Erfasste Kurorte 15
- 3.3) Allgemeine Angaben zum Ort (A)17
- 3.4) Kureinrichtungen (D) 19
- 3.5) Unterkunftsmöglichkeiten
im Kurort (E) 20

- 3.6) Ärztliche Betreuung der Kurgäste (F). 24
- 3.7) Veranstaltungen (G) 26
- 3.8) Kurtaxerhebung (H)..... 26
- 3.9) Statistische Angaben (I)..... 267

4) Entscheiderbefragung 32

- Vorgehensweise 32
- Darstellung 32
- Abschnitt 1) Reprädikatisierung:
Organisation und Ablauf.....33
- Abschnitt 2) Reprädikatisierung:
Auswirkungen..... 43
- Abschnitt 3) Einbindung in die
Qualitätsarbeit des Kurorts.....57
- Abschnitt 4) Zur Arbeit der Serviceagentur
Bäderland Niedersachsen 67
- Abschnitt 5) Gesamteinschätzung der
„Reprädikatisierung 2005-2010“73

Anhang

- Allgemeine Checkliste der Serviceagentur
(Fassung Mai 2009)..... 76
- Fragebogen zur Entscheiderbefragung..... 89

Das vorliegende Werk kann unter Angabe des Urhebers frei vervielfältigt werden, alle weiteren Rechte vorbehalten.

Zitierweise: Kuhlmann, Christian (2012): Reprädikatisierung der niedersächsischen Heilbäder 2005-2010, Hameln: Institut für Management-Transfer (www.imt-kuhlmann.net)

Teil I: Ergebnisse und Schlußfolgerungen

1) Einleitung

1.1) Organisatorischer Rahmen der Reprädikatisierung

Mit der Verordnung über die staatliche Anerkennung von Kur- und Erholungsorten (KurortVO) vom 22. April 2005 hat das Land Niedersachsen den betreffenden Gemeinden auferlegt, bis zum Jahre 2010¹ die notwendigen Anerkennungsvoraussetzungen nachzuweisen. Für diese Voraussetzungen ausschlaggebend² sind die „Begriffsbestimmungen – Qualitätsstandards für die Prädikatisierung von Kurorten, Erholungsorten und Heilbrunnen“, des Deutschen Tourismusverbands und des Deutschen Heilbäderverbands³. Hierin werden klimatologische, kurmedizinische und weitere Maßstäbe festgelegt und erforderliche Analyseverfahren beschrieben. Umfang und Reichweite dieses Kataloges stellen sicher, dass erfolgreich prädikatisierte Kurorte in jeder Hinsicht hohen Qualitätsansprüchen genügen, bedeuten für zahlreiche Gemeinden jedoch auch eine organisatorische Herausforderung.

Qualitätsvoraussetzungen für Kurort-Prädikate

Der **Serviceagentur Niedersachsen** wurde der Auftrag erteilt, als sachverständige Stelle im Sinne von § 4 (1) KurortVO das zuständige Wirtschaftsministerium und die antragstellenden Gemeinden bei der Umsetzung zu unterstützen. Ihre Arbeit erstreckte sich auf die Heilbäder Niedersachsens, d.h. auf die Ziffern 1 bis 10 des § 1 (2) KurortVO, während die Luftkurorte (Ziff. 11) in der Zuständigkeit der Regierungsvertretungen blieben. Ihrer Aufgabe ist sie gemeinsam mit dem **Ständigen Ausschuss**, einem Gremium führender deutscher Klimatologen, Balneologen und Kurortwissenschaftler, während der Projektlaufzeit 2005-2010 nachgekommen.

Projektorganisation

Hierzu hat die Serviceagentur für die Zuständigkeitsbereiche der Regierungsvertretungen in Braunschweig, Hannover, Lüneburg und Oldenburg (Oldbg.) zunächst Informationsveranstaltungen durchgeführt. Für die Teilnehmer am Antragsverfahren bot die Serviceagentur anschließend Erst- und Einzelberatungen an und organisierte die Ortsbegehungen mit dem ständigen Ausschuss.

Um die teilnehmenden Gemeinden bei der Vorbereitung ihrer Antragsunterlagen zu unterstützen, führte die Serviceagentur so genannte **Checklisten** ein, d.h. Formulare, die als Prozessleitfäden einen Rahmen für die erforderlichen Analysen, Gutachten und weiteren Dokumente bereitstellten. Neben der allgemeinen Checkliste

Checklisten

¹ Stichtag 31. Dezember 2010 lt. Veränderungsverordnung vom 26. März 2010

² lt. Runderlass des niedersächsischen Ministeriums für Wirtschaft vom 24.10.2007

³ Es gilt die neueste (12.) Auflage vom April 2005.

mit Anforderungen für alle Kurorte fassen fachspezifische Checklisten die jeweiligen Maßstäbe der einzelnen Artbezeichnungen zusammen (z.B. Nordseeheilbad, Kneipp-Kurort usw.). Die mit diesen Hilfen aufbereiteten Antragsunterlagen hat die Serviceagentur entgegengenommen und für die beschlussfassenden Sitzungen des ständigen Ausschusses vorbereitet. Mit dem Ende der Projektdauer zum 31.12.2010 verfügt die Serviceagentur damit über eine umfassende Dokumentensammlung zum Stand der Qualitätsarbeit in den niedersächsischen Kurorten und Heilbädern.

1.2) Zur vorliegenden Untersuchung

Vom Forschungsinstitut für Balneologie, Prävention und Rehabilitation e. V. in Bad Pyrmont hat das IMT, Institut für Management-Transfer, den Auftrag übernommen, das Projekt „Reprädikatisierung der niedersächsischen Kurorte und Heilbäder 2005-2010“ zu dokumentieren und einer Beurteilung zu unterziehen. Hierzu bot sich eine zweistufige Vorgehensweise an:

- In einer **Dokumentenanalyse** der eingereichten Checklisten und Antragsunterlagen wurde ein Profil der erfassten Kurorte erstellt sowie Reichweite und Ergebnisse des Projekts „Reprädikatisierung“ nachgewiesen.
- Mit einer schriftlichen **Entscheiderbefragung** wurden darüber hinaus die Projektverantwortlichen der betreffenden Kurorte um ihre sachbezogene Einschätzung gebeten. Ein hoher Rücklauf (81,4%) aus dieser Befragung stellte sicher, dass nicht nur die persönlichen Eindrücke von unmittelbar am Projekt Beteiligten, sondern vor allem die Auswirkungen der Reprädikatisierung im Rückblick auf seine Gesamtlaufzeit erstmals umfassend dargestellt werden können.

Diese beiden Arbeitsschritte werden mit dem vorliegenden Bericht belegt. Das folgende Kapitel 2 fasst die wesentlichen Erkenntnisse zusammen („**Executive summary**“), während der anschließende **Dokumentationsteil** Vorgehensweise und Ergebnisse im einzelnen darstellt. Verweise auf diesen Dokumentationsteil geschehen mit Hilfe der jeweiligen Variablennummern. In einem **Anhang** sind zudem die verwendeten Erhebungsinstrumente abgedruckt, d.h. die Allgemeine Checkliste der Serviceagentur sowie der Fragebogen der Entscheiderbefragung.

Vorgehensweise

Gliederung

1.3) Weitere Analysen

Mit der vorliegenden Untersuchung und Dokumentation ist ferner der Grundstein für weitere Analysen und Erkenntnisse gelegt. Mögliche Fragestellungen hierbei sind:

- die Einteilung von Kurorten in Gruppen (Clusterung) mit unterschiedlichen Voraussetzungen und Anforderungen an die Qualitätsarbeit, um die angebotenen Hilfestellungen noch besser an die Bedürfnisse der Kurorte anzupassen
- die Identifikation von Erfolgsfaktoren der Kurort-Qualität, mit deren Hilfe sich die gemachten Erfahrungen auch auf andere Anwendungsbereiche (z.B. Bundesländer) übertragen lassen
- die Entwicklung von Koordinationsinstrumenten zwischen Qualitätsvoraussetzungen der Kurorte, Handlungsparametern lokaler Akteure und Erwartungen der Kurgäste, denen Qualität und Kommunikation aus einem Guss geboten werden sollen.

Welche Standardlösungen sind sinnvoll?

Was sind die Gründe des Erfolgs?

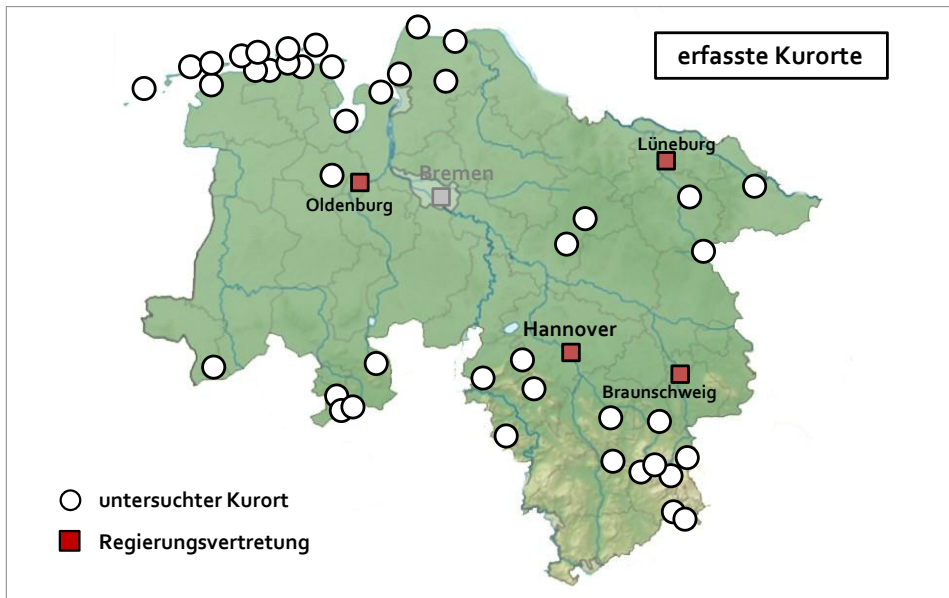
Lokale Zusammenarbeit verbessern!

Das Institut für Management-Transfer wird diesen Fragestellungen in Zukunft weiter nachgehen. Über seine laufende Forschung zu den Themen Reprädikatisierung und Qualität im Gesundheitswesen informiert das Institut unter www.imt-kuhlmann.net.

2) Zusammenfassung der Ergebnisse

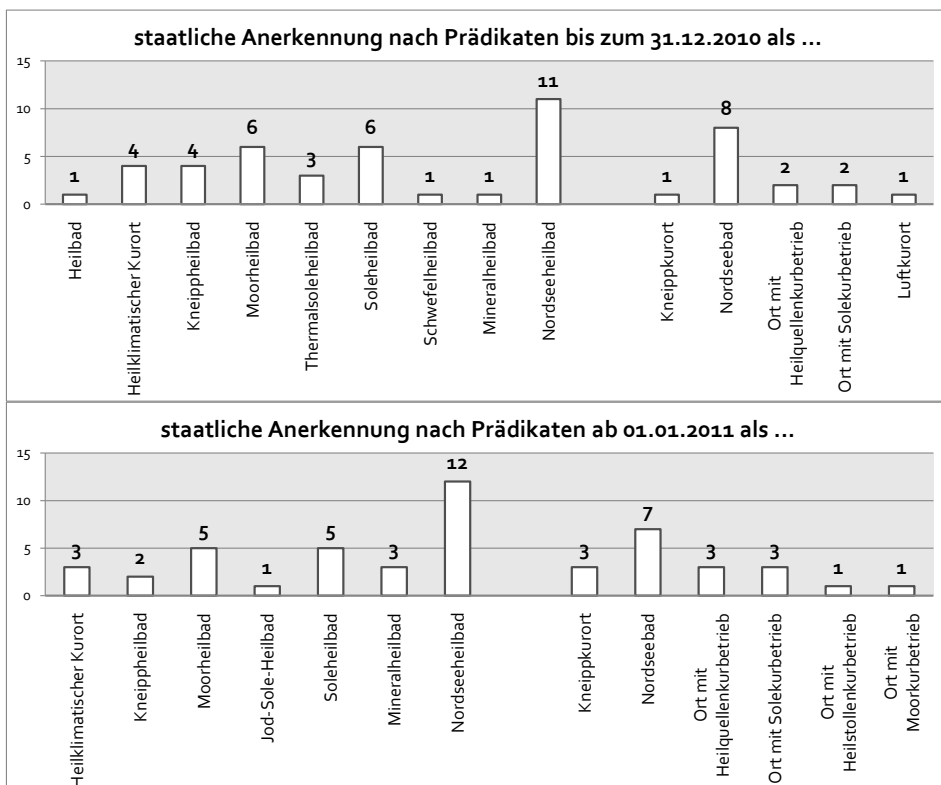
2.1) Durchführung der Reprädikatisierung

Breite der Abdeckung. Das Projekt „Reprädikatisierung 2005-2010“ hat alle gesundheitstouristischen Regionen des Landes Niedersachsen und alle vorgesehenen Artbezeichnungen (Var. 004) der Kurortverordnung erfasst (vgl. Bildnachweis auf Seite 14):



Prädikate. Betrachtet man die Artbezeichnungen bzw. Prädikate der erfassten Kurorte im Vergleich vor und nach der Reprädikatisierung, so zeigt sich eine zweifache Wirkung: Über die Gesamtheit der Kurorte hinweg eine Auslese nach Zahl und Wertigkeit der Prädikate, für die einzelnen Kurorte eine genauere Spezifizierung ihrer Artbezeichnung.

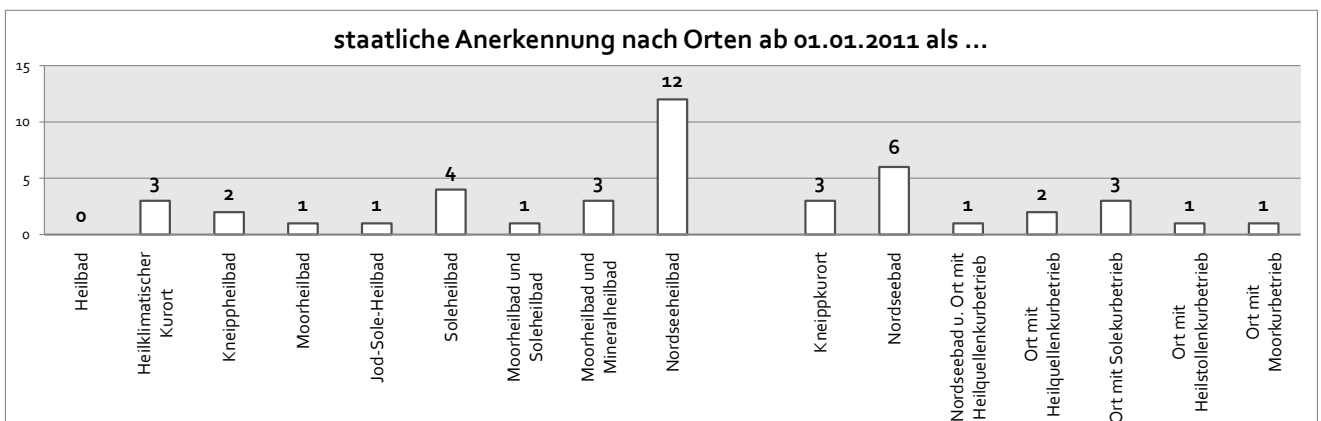
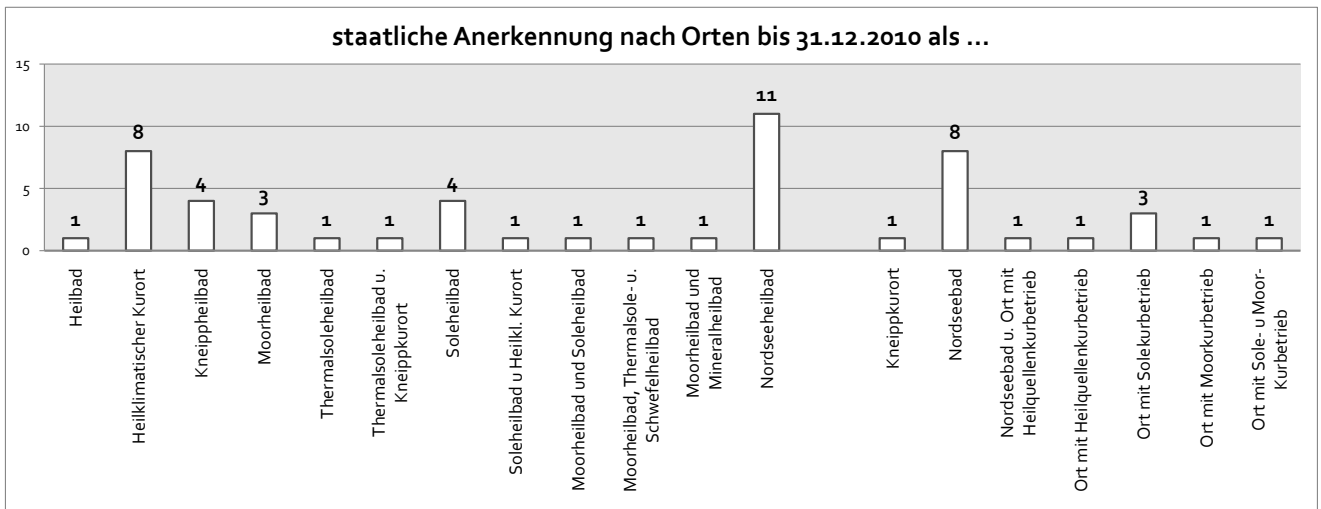
Vorher-nachher-Vergleich



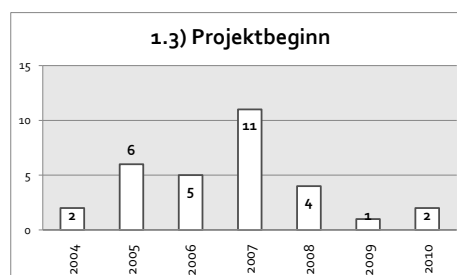
Kurorte. Die Zahl der hier erfassten Prädikate beträgt 51 vor bzw. 49 nach der Reprädikatisierung, jeweils auf der Basis der 44 nach Abschluss des Projekts hochprädikatisierten Kurorte.

Anmerkung: Die Zahl der Orte ist hier geringer als die Zahl der Prädikate, weil einzelne Kurorte mehr als eine Prädikatsbezeichnung tragen. Aufgrund einer ähnlichen Mehrfach-Zuordnung von Kurorten zu antragstellenden Gemeinden ergibt sich eine Zahl von schließlich 43 Kurorten als Basis der nachfolgenden Dokumentation.

Vor Projektbeginn betrug die Zahl der betroffenen Orte 53. Die genannten Wirkungen der Reprädikatisierung – Auslese und Spezialisierung – werden daher auch deutlich, wenn man die Gegenüberstellung nach Orten gegliedert betrachtet:



Projektbeginn. Während einige Kurorte für die Reprädikatisierung auf bereits laufende Vorarbeiten aufbauen konnten, haben die meisten Antragsteller das Projekt erst mit Einsetzen der Arbeit der Serviceagentur begonnen (Var. 105b).



Heterogener Projektbeginn und -ablauf



Nahezu 80 % der Kurorte haben den verfügbaren Zeitrahmen als ausreichend bezeichnet (Var. 128). Einzelne Kurorte wiesen auf eine hohe finanzielle und Arbeitsbelastung hin (Var. 242)

„Der Aufwand dafür war beträchtlich, aber es wurde im laufenden Betrieb erledigt.“ (Var. 103)

In der Prädikatsbezeichnung sehen die meisten Kurorte eine „wertvolle Orientierungshilfe“ (Var. 213, 70,5% Zustimmung). Vereinzelt besteht Aufholbedarf bei der werblichen Verwendung bzw. deren Vereinheitlichung (Var. 214-217).

hoher Nutzen der Prädikatsbezeichnung

Reprädikatisierungen

Neben den von ihr betreuten erfolgreichen Reprädikatisierungsverfahren hat die Serviceagentur Niedersachsen weitere Anträge (Artbezeichnung Luftkurort) an die zuständigen Regierungsvertretungen verwiesen; andere Verfahren sind nach eingehender Beratung wegen mangelnder Erfolgsaussichten nicht eröffnet worden. Unter den erfolgreich abgeschlossenen Reprädikatisierungen sind nach eingehender Prüfung der Voraussetzungen sowohl Höher- als auch Herabstufungen ausgesprochen worden. Die Ziele einer Aktualisierung der Kurortprädikate, der Setzung entsprechender Anreize und einer Garantie der einschlägigen Qualitätsstandards sind damit erfüllt worden. Grundlage der vorliegenden Untersuchung sind daher 43 prädikatisierte Kurorte mit ihren augenblicklichen Artbezeichnungen.

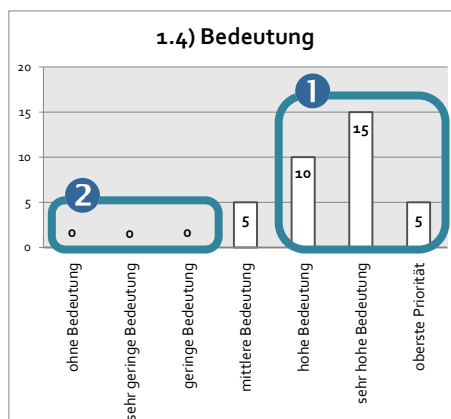
erreichte Qualitätsstandards

Auch in Zukunft wollen 88% der Kurorte ihr Prädikat beibehalten, bei den übrigen besteht der Wunsch nach Höherprädikatisierung (Var. 110). Hierfür sind neben kurmedizinischen auch wirtschaftliche Gründe ausschlaggebend (Var. 111-114) – die Reprädikatisierung wirkt damit auch als Anreizsystem in die Zukunft.

2.2) Auswirkungen in den Kurorten

Bedeutung und Gründe

Eine große Mehrheit von 85,7 % der Kurorte weist der Reprädikatisierung eine hohe oder sehr hohe Bedeutung oder gar oberste Priorität zu (1). Eine geringere oder noch nachrangigere Bedeutung gibt kein einziger der Kurorte an (2, vgl. Var. 106).



hohe Bedeutung
für die Kurorte

Die überragenden Motive für die Teilnahme am Projekt sind die Qualitätsarbeit und der Fremdenverkehr (Var. 107), daneben werden Auswirkungen auf die lokale und regionale Politik (Var. 155), d.h. das Zusammenwirken der örtlichen Entscheider angestrebt.

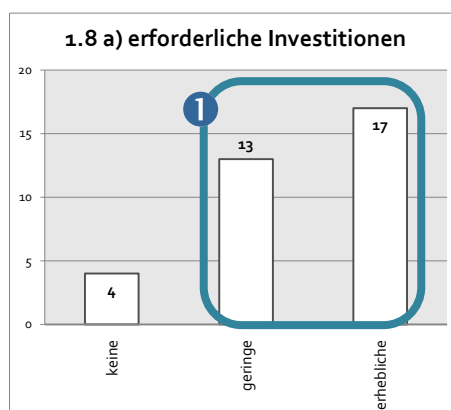
„Im Prinzip hat die Gesamtheit aller o.g. Punkte zur Entscheidung geführt.“ (Var. 107)

Dass hinter dem Vorhaben der Reprädikatisierung stets die Kur- und Erholungsgäste als eigentliche Zielgruppe der Maßnahmen gesehen wurden, machen Äußerungen wie diese deutlich:

„Qualität bedeutet Wertschöpfung am und für unseren Gast!“ (Var. 110)

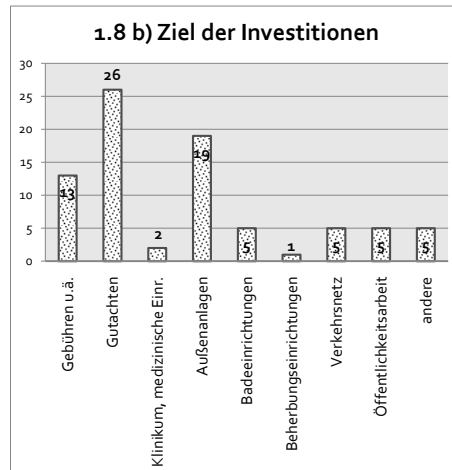
Investitionen

Bei einer großen Mehrheit von Kurorten (85,7%) hat die Reprädikatisierung zu Investitionen geführt (1), bei 14 der Kurorte (47%) sogar zu erheblichen Investitionen. (Var. 116)



Reprädikatisierung
stößt Investitionen an

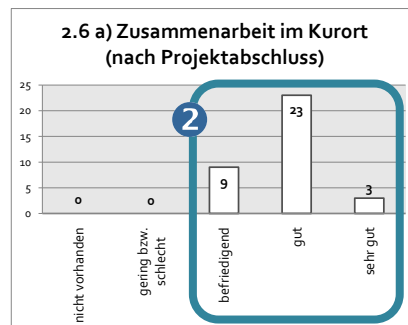
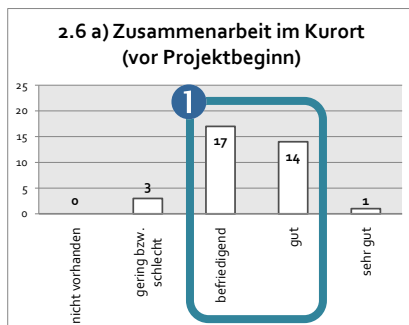
Vorrangiges Ziel der Investitionen waren **Gutachten** und **Außenanlagen**, jedoch kamen darüber hinaus auch weitere Zwecke vor (Var. 117-125). Als Beispiele für einzelne Investitionen wurden u.a. folgende genannt: Gutachten, Umgehungsstraße, Verkehrsberuhigung, Beschilderung, Terrainkurwege, Privatisierung eines Gesundheitszentrums, Fort- und Weiterbildung für Ärzte und Therapeuten (Var. 126).



Vernetzung

Vier von fünf Kurorten (80%) berichten von einem **Erkenntnisfortschritt** für die Projektbeteiligten. Eine zuvor befriedigende bis gute Zusammenarbeit zwischen den lokalen Akteuren (1) ist im Laufe der Reprädikatisierung zu einer guten Zusammenarbeit geworden (2, Var. 164, 165).

bessere Vernetzung durch Projektarbeit



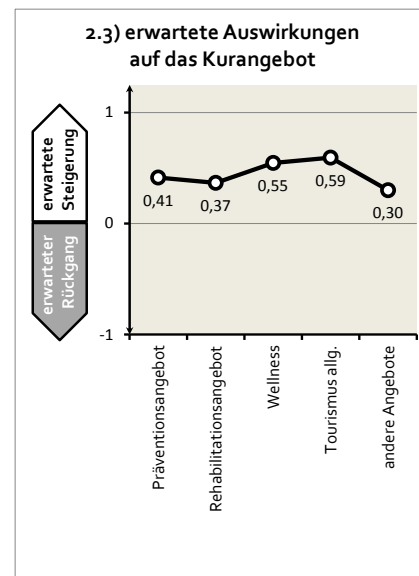
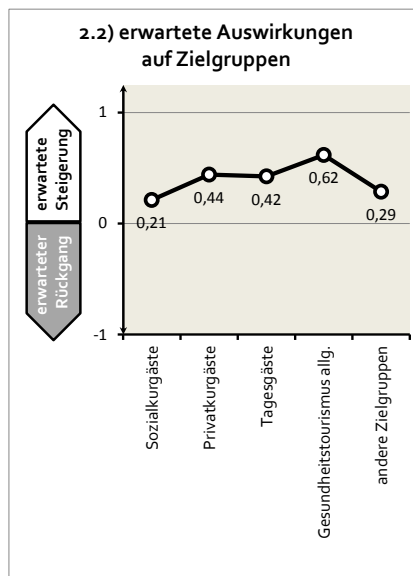
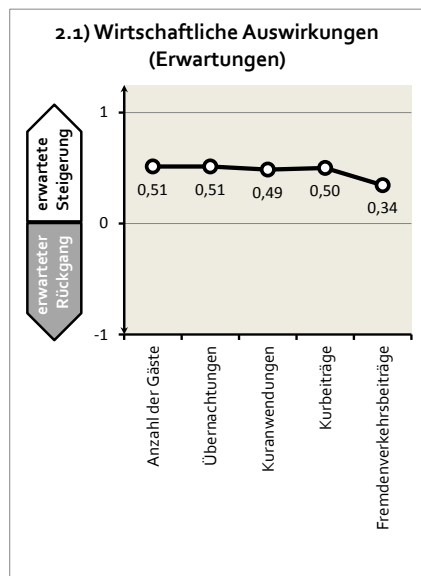
64,7% der Kurorte führen diese Verbesserung ausdrücklich auf die Reprädikatisierung zurück, sieben Kurorte (20,5 %) sehen sogar eine starke Verbesserung durch das Projekt (Var. 166).

„Die Gutachten brachten neue Erkenntnisse. Diese wurden in einem Arbeitskreis aller am Gesundheitswesen Beteiligten erörtert.“ (Var. 162)

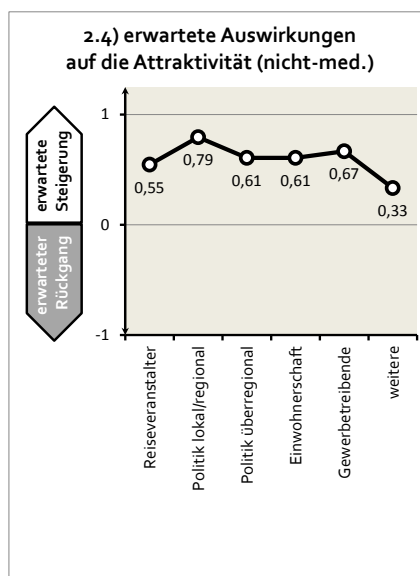
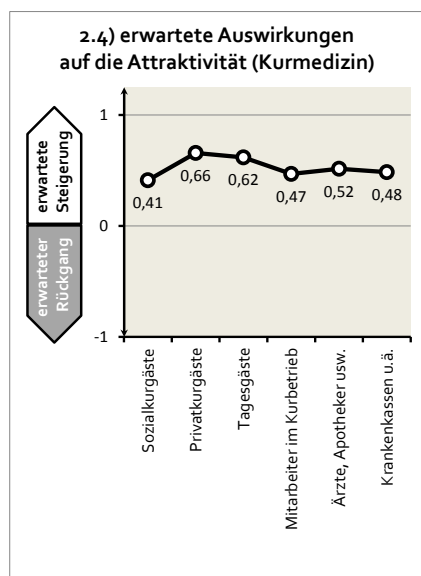
positive Erwartungen

Mit der Reprädikatisierung werden über alle Anwendungsbereiche hinweg im Durchschnitt **positive Erwartungen** verbunden (Var. 130-147). Die Kurorte teilen sich hierbei in zwei Gruppen: Dort, wo die Reprädikatisierung den laufenden Kurbetrieb lediglich bestätigte, rechnet man mit gleichbleibenden Verhältnissen. Eine zweite, etwa gleich große Gruppe von Kurorten rechnet mit einer Verbesserung durch die Reprädikatisierung. Solche höhergesteckten Erwartungen finden sich vor allem bei kleineren Kurorten und spezialisierten Anbietern.

Kurorte sind optimistisch



Grundlage dieser positiven Erwartungen sind die ebenfalls günstigen Aussichten auf eine Attraktivitätssteigerung der Kurorte (Var. 148-160).



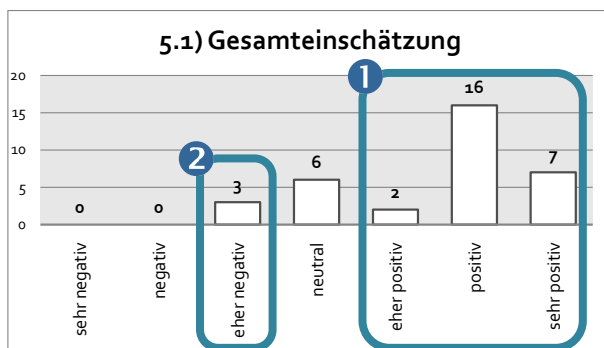
Weitere Gründe werden in einer verbesserten Qualitätsarbeit innerhalb der Kurorte genannt:

„Verbesserungen werden insbesondere deshalb erwartet, weil die ‚Spreu vom Weizen‘ unter den Anbietern getrennt wurde.“ (Var. 160)

positive Gesamteinschätzung

Die Gesamteinschätzung der Reprädikatisierung (Var. 242) fällt mit großer Mehrheit positiv aus: 73,5 % der Kurorte geben eine „eher positive“, „positive“ oder „sehr positive“ Einschätzung ab (①), lediglich 3 Kurorte eine „eher negative“ (8,8% ②).

hohe Zufriedenheit



Als Gründe für eine in Einzelfällen negative Einschätzung werden Kosten und eine Überlastung einzelner Gutachter genannt. Diese sind jedoch als Ausreißer zu bewerten und haben keinen Einfluss auf das insgesamt positive Gesamtbild

vereinzelte Kritik

2.3) Der Beitrag der Service-Agentur

Schulnote „gut“

Die Arbeit der Serviceagentur ist von den Kurorten über verschiedene Dienstleistungs-Kategorien hinweg mit der Schulnote „gut“ beurteilt worden. Für die **Sachkenntnis** und den **persönlichen Einsatz** der Serviceagentur kann die vergebene Note als „2+“ bezeichnet werden.

durchgängig gute Notenvergabe

Sachkenntnis	Projekt-durchführung	Verwendetes Mat., äußere Erscheinung	Entgegen-kommen	persönlicher Einsatz	Gesamtnote
1,82	2,15	2,09	1,94	1,74	2,03
Durchschnitt aller Teilnoten: 1,95					

weiterer Unterstützungsbedarf

Zwischen der Hilfestellung durch die Serviceagentur bei der Reprädikatisierung einerseits und der Marktforschung andererseits sehen die Kurorte nur geringe Überschneidungen (Var. 199-202). Hier besteht weiterhin Informationsbedarf (Var. 203). 13 Kurorte (38,2%) äußerten sich zustimmend zu einem Bedarf nach weiterer fachkundiger Hilfestellung (Var. 204).

Leistungsmix der Serviceagentur

Das Verdienst der Serviceagentur Niedersachsen im Verlauf der Reprädikatisierung 2005-2010 liegt darin, als fachkundige Schnittstelle zwischen Kurorten, berufsständischen Organisationen und Wirtschaftsministerium eine Einhaltung der verbindlichen Qualitätsmaßstäbe (Compliance) sichergestellt zu haben. Bewährt haben sich vor allem

- die Strukturierung der Abläufe (Checklistenansatz),
- die Zusammenfassung von Expertise und Dokumentation
- sowie eine individuelle Hilfestellung und Schrittmacherfunktion

Dabei hat die vorliegende Untersuchung deutlich gemacht, dass der verwendete Leistungsmix auch bei äußerst unterschiedlichen Voraussetzungen in den teilnehmenden Kurorten zu einer hohen Einheitlichkeit (Cohesion) der erreichten Qualitätsmaßstäbe führt. Gleichwohl besteht weiterer Handlungsbedarf in folgenden Bereichen:

- Verstetigung der Qualitätsarbeit im Sinne von Punkt 1.3.6 der „Begriffsbestimmungen“ („Qualitätssicherung“) auch über einen einmaligen Reprädikatisierungs-Stichtag hinaus
- Verzahnung der Instrumente der „Begriffsbestimmungen“ mit der Marktforschung, Außendarstellung und weiteren Qualitätsinstrumenten der Kurorte.

Um es knapp, mit den Worten eines Befragten, zu sagen:

„Einstieg ist erfolgt.“ (Var. 180)

Wortmarke „Reprädikatisierung“

Im Verlaufe der Projektdauer hat der für Außenstehende zunächst sperrige Begriff der Reprädikatisierung ein Eigenleben entwickelt, das ihn zum Symbol, gleichsam zur Wortmarke, für den in Niedersachsen verfolgten Ansatz werden lässt. Durch die Berufung der Serviceagentur Niedersachsen zur sachkundigen Stelle hat das Wirtschaftsministerium einen Weg beschritten, der auch für andere Bundesländer als richtungweisend gelten kann.

„Compliance“
und „Cohesion“

Vorreiterfunktion
Niedersachsens

Teil II: Dokumentation

3) Dokumentenanalyse

3.1) Vorgehensweise

Zur Unterstützung der Reprädikatisierung hat die Serviceagentur Bäderland Niedersachsen Checklisten bereitgestellt, um den Kurorten ihre Angaben in strukturierter Form zu ermöglichen. Diese Angaben liegen von 43 Kurorten vor, die damit die Grundgesamtheit der vorliegenden Untersuchung ausmachen. Die von der Serviceagentur in elektronischer Form bereitgestellten Daten wurden einer Dokumentenanalyse unterzogen.

Ziel dieser Analyse war zum einen die Dokumentation des Reprädikatisierungsvorgangs, zum anderen die Absicht, Daten für eine Validierung der gleichzeitig vorgenommenen Entscheiderbefragung zu gewinnen. Dementsprechend wurde aus den vorliegenden Daten folgende Auswahl vorgenommen:

- Von den verschiedenen fachspezifischen Checklisten wurde lediglich die allgemeine Checkliste von allen beteiligten Kurorten ausgefüllt; nur diese konnte demnach einem Vergleich zugrundegelegt werden.
- Im Verlaufe der Reprädikatisierung wurde die Struktur der Checklisten kontinuierlich verbessert. Die Dokumentenanalyse konnte damit lediglich Daten erfassen, die in allen Stadien des Projektes von den Beteiligten erhoben wurden.

Diese Daten wurden in eine Variablenstruktur überführt, die eine inhaltliche und – wo möglich – zahlenmäßige Auswertung ermöglichte. Die Ergebnisse dieser Auswertung werden im folgenden für jede Variable in einem so genannten „Variablenporträt“ vorgestellt. Dieses umfasst die folgenden strukturierten Elemente:

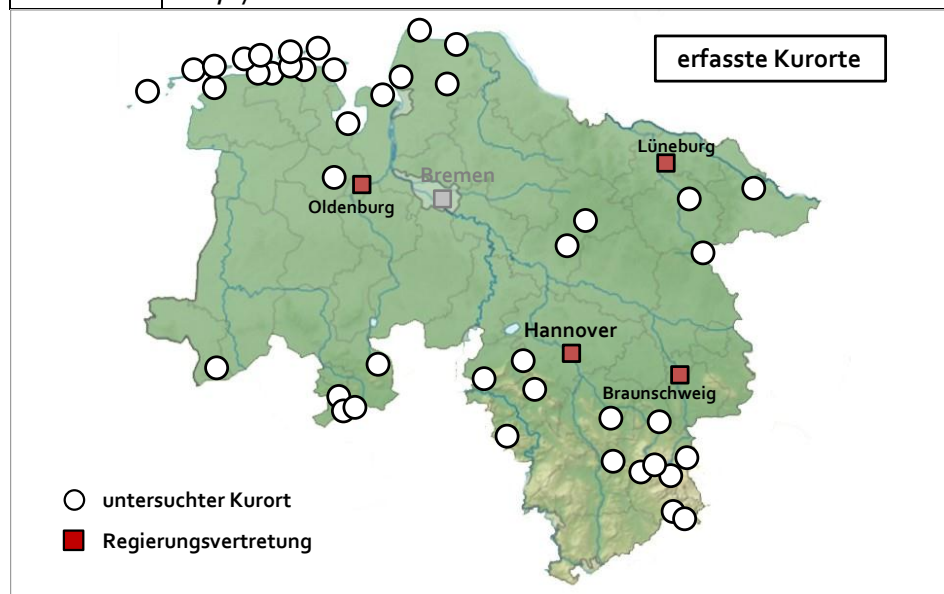
- den zugehörigen Gliederungspunkt der Checkliste („Frage“),
- eine eindeutige Variablennummer („Var.“),
- die inhaltliche Bezeichnung der Variable sowie
- die Erfassungsquote, das heißt der Anteil derjenigen Kurorte, für den die entsprechenden Angaben vorliegen („beantwortet“). Die Gesamtzahl der erfassten Kurorte beträgt 43.

Für geeignete numerische Variablen sind ebenfalls deren Lageparameter angegeben: der Mittelwert (arithm. Mittel) sowie – falls sinnvoll – Median (Zentralwert) und Modus (häufigster Wert). Ebenfalls ist der maximale erhobene Wert mit dem Namen des betreffenden Kurortes angeführt.

3.2) Erfasste Kurorte

Die Reprädikatisierung erfasst Kurorte über die gesamte geographische Ausdehnung des Bundeslandes Niedersachsen, von Cuxhaven im Norden bis Bad Sachsa im Süden, von Borkum im Westen bis Hitzacker im Osten.

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
—	093	nördliche Breite	● 100%
Mittelwert	52,89	Median	—
Maximum	53,87	Cuxhaven (OT Duhnen, Döse, Grimmershörn)	
Minimum	51,6	Bad Sachsa	
Mittelwert	8,80	Median	—
Maximum	11,05	Hitzacker	
Minimum	6,67	Borkum	



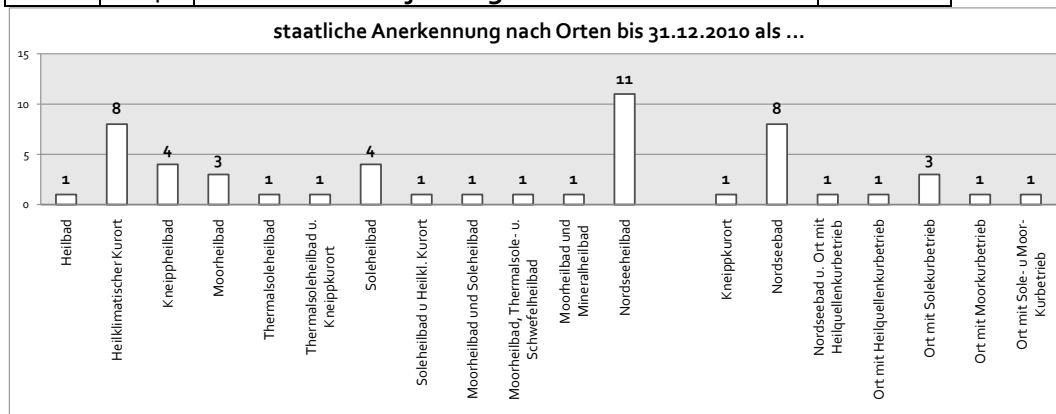
Bildnachweis: Grafik erstellt auf der Grundlage der "Physischen Positionskarte von Niedersachsen, Deutschland" unter der Creative Commons-Lizenz "Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen" (Urheber: NordNordWest, Alexrk2, de.wikipedia.org).

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
A4a	013	Einwohnerzahl (in 1000)	● 100%
Mittelwert	8062,9	Median	—
Maximum	51.204	Cuxhaven (OT Duhnen, Döse, Grimmershörn)	

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
A4C	014	mittlere Höhe, m ü. NN	● 100%
Mittelwert	90,57	Median	—
Maximum	560,00	Hahnenklee-Bockswiese	

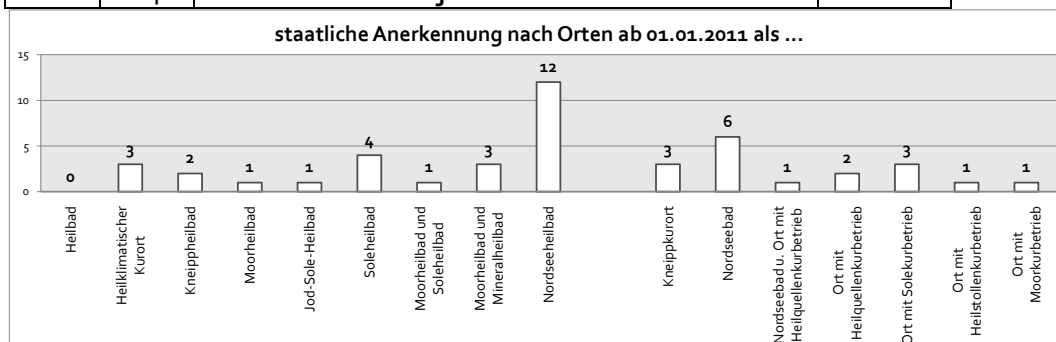
Prädikate. Die folgenden Tabellen erlauben eine Gegenüberstellung der verliehenen Artbezeichnungen (Prädikate) vor und nach der Reprädikatisierung. Sie erscheinen hier aufgeschlüsselt nach Prädikaten bzw. Artbezeichnungen (Var. 004a, 004b) sowie nach Kurorten (004c, 004d)

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
—	004a	Prädikate zu Projektbeginn	● 100%



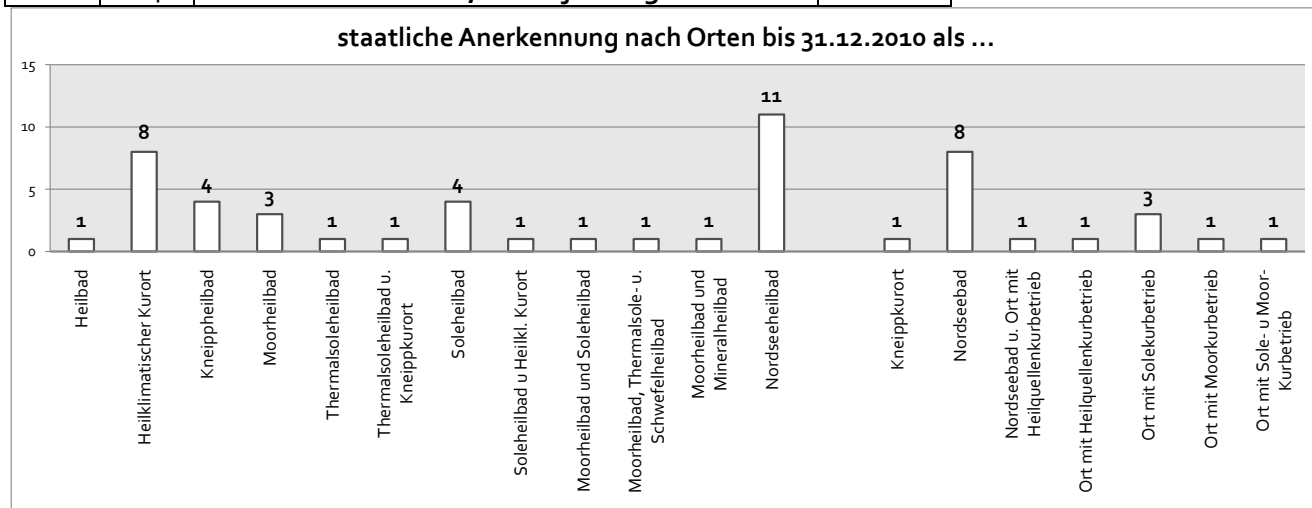
Basis waren hier (vor Beginn der Reprädikatisierung): 51 Prädikate.

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
—	004b	Prädikate nach Projektabschluss	● 100%



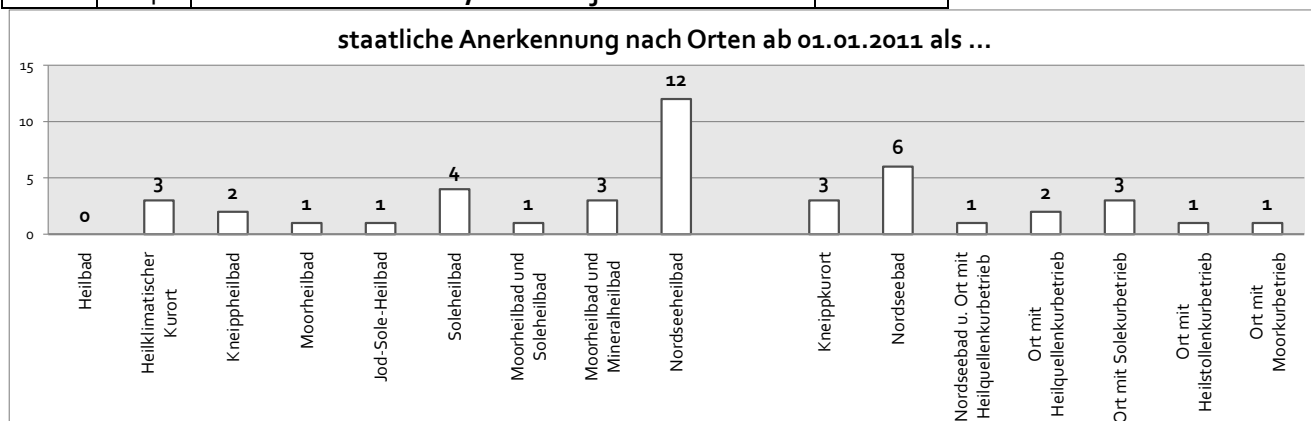
Gesamtzahl nach Abschluss der Reprädikatisierung: 49 Prädikate.

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
—	004c	Prädikate nach Orten, zu Projektbeginn	● 100%



53 erfasste Orte (ein- und mehrfache Prädikate)

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
—	004d	Prädikate nach Orten, nach Projektabschluss	● 100%



nunmehr 44 erfolgreich prädikatisierte Orte (ein- und mehrfach)

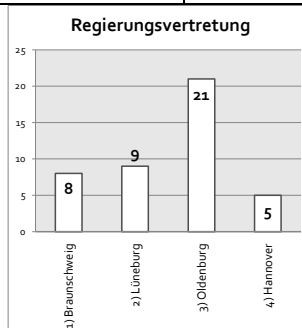
3.3) Allgemeine Angaben zum Ort (A)

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
A2	010	Landkreis	● 100%

Landkreise nach der Zahl der beteiligten Kurorte:

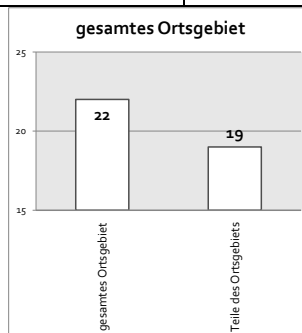
5	Aurich
4	Cuxhaven
3	Friesland, Goslar, Wittmund
2	Hamelnd-Pyrmont, Osnabrück, Osnabrück, Osterode am Harz, Schaumburg, Soltau-Fallingbostel, Uelzen, Wittmund
1	Ammerland, Grafschaft Bentheim, Hildesheim, Leer, Lüchow-Dannenberg, Northeim, Osterode am Harz, Salzgitter (kreisfr. Stadt), Wesermarsch

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
A2	011	Regierungsvertretung	● 46,5%



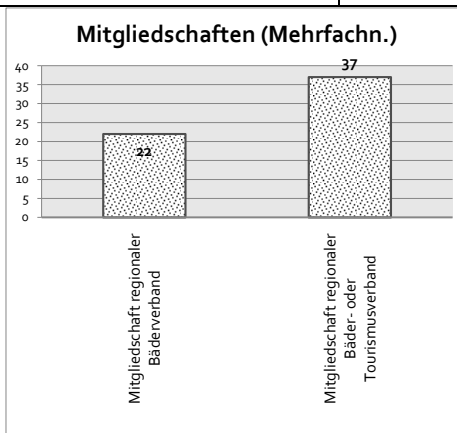
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
A3	012	gesamtes Ortsgebiet	95,3%

In 22 Kurorten entspricht das Kurggebiet dem gesamten Ortsgebiet; in 19 Kurorten ist nur ein Teil davon einbezogen.



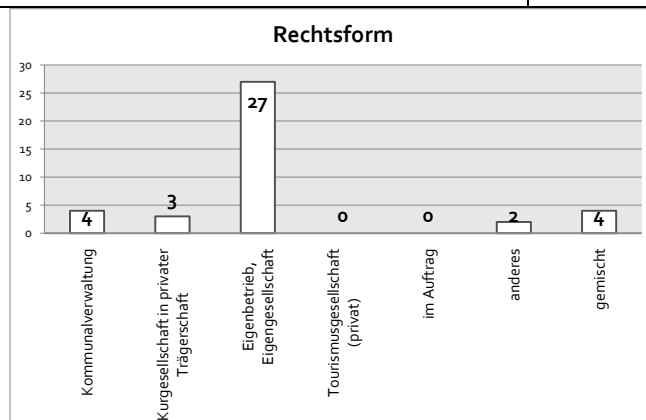
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
A6	015	Mitgliedschaft regionaler Bäderverband	88,4%
A6	016	Mitgliedschaft reg. Bäder- oder Tourismusverb.	90,7%

Die Antworten auf die Frage: „Besteht eine Mitgliedschaft zu einem regionalen Bäderverband oder Tourismusverband?“ werden durch Variable 016 (rechte Säule im Diagramm) wiedergegeben. Die Mitgliedschaft in einem regionalen Bäderverband ist damit eine Teilmenge der dort angegebenen Mitgliedschaften (Var. 015, linke Säule).



Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
A7	017	Rechtsform	93,0%

Bei den Rechtsformen überwiegen die Eigenbetriebe beziehungsweise die Gesellschaftsformen in Gemeinde-eigentum.

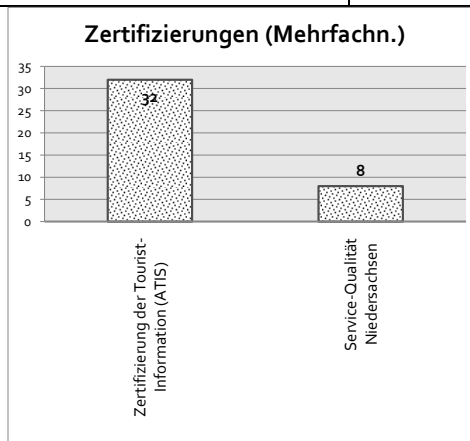


3.4) Kureinrichtungen (D)

3.4.1) Zertifizierungen

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
D1a/F1	018	Zertifizierung der Tourist-Information (ATIS)	● 97,7%
D1b	019	Service-Qualität Niedersachsen	◐ 23,3%

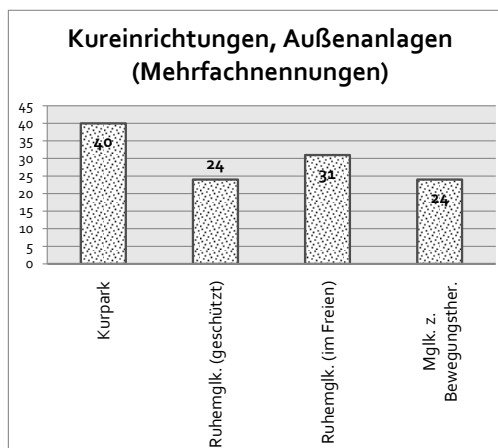
Als Zertifizierungen wurden jene der Tourist-Informationen und das Siegel Service-Qualität Niedersachsen genannt. Dies bestätigt das Ergebnis der Entscheiderbefragung (vgl. Variablen 183 u. 185); unterschiedliche Häufigkeiten sind u.a. durch abweichende Berichtzeitpunkte zu erklären.



3.4.2) Kureinrichtungen, Außenanlagen

Frage	Var.	Bezeichnung
D5/6	020-023	

Nahezu alle der erfassten Kurorte verfügen über einen Kurpark; eine Mehrheit der Kurorte verfügt darüber hinaus über weitere Anlagen für Kuraktivitäten im Freien.



Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
D5	020	Größe des Kurparks (in Hektar)	● 93,0%
Mittelwert	13,39	Median	—
Maximum	70,00	Bad Zwischenahn	

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
D6	021	(Wetter-)geschützte Ruhemöglichkeiten	◐ 76,7%
Mittelwert	48,79	Median	—
Maximum	300	Bad Lauterberg	

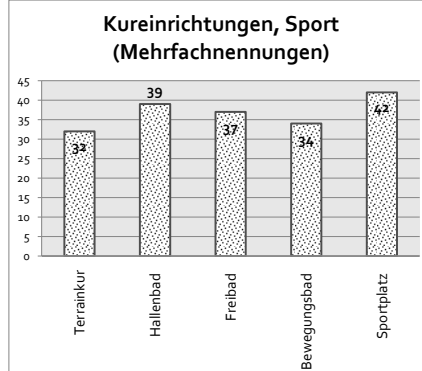
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
D7	022	Ruhemöglichkeiten im Freien (Personenzahl)	◐ 74,4%
Mittelwert	493,44	Median	—
Maximum	7.000	Langeoog	

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
D8	023	Möglichkeiten zur Bewegungstherapie im Freien (Personenzahl)	65,1%
Mittelwert	86,32	Median	—
Maximum	500	Norden-Norddeich	—

3.4.3) Kureinrichtungen, Sport

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
D9	024	Möglichkeit zur Terrainkur	95,3%
D13	025	Hallenbad	97,7%
D13	026	Freibad	95,3%
D13	027	Bewegungsbad	97,7%
D14	028	Sportplatz	100%

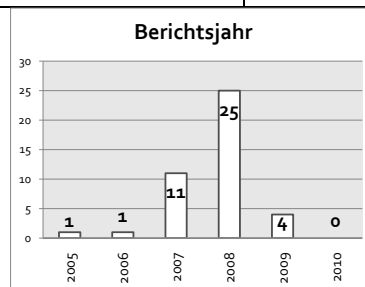
Die beiden am häufigsten genannten Sporteinrichtungen sind Sportplätze und Hallenbäder.



3.5) Unterkunftsmöglichkeiten im Kurort (E)

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
E1	095	Berichtsjahr	97,7%

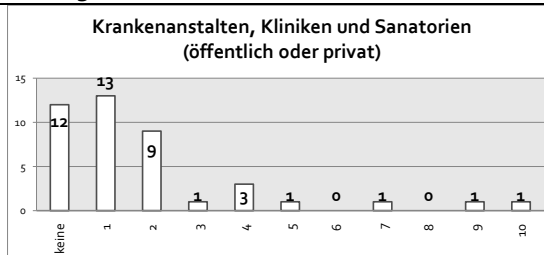
An dieser Stelle der Checkliste haben die Kurorte das Bezugs- bzw. Berichtsjahr ihrer Daten angegeben. Erstreckte sich die Berichterstattung auf mehr als ein Jahr, wurde hier das letzte angegebene Jahr in die Auswertung übernommen. Die Streuung dieser Berichtsjahre über die gesamte Dauer des Projekts Reprädikatisierung macht deutlich, dass die erfassten Daten zwar zur Charakterisierung der einzelnen Kurorte, jedoch nur bedingt für einen zahlen genauen Vergleich zwischen ihnen geeignet sind.



Für diejenigen Kurorte, die ihre Daten nicht nur über ein, sondern über drei Jahre hinweg berichtet haben, ist für jede Berichtsgröße auch die Dynamik erfasst worden (Zunahme oder Abnahme). Da dies während der Projektlaufzeit nicht in allen Versionen der Checklisten vorgesehen war, ergeben sich für dieses zusätzliche Kriterium vergleichsweise geringe Antwortquoten.

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet	
E1	029	Krankenanstalten, Kliniken und Sanatorien (Anzahl, Summe öffentlich oder privat)	● 97,7%	
Mittelwert	1,83	Median	1	
Maximum	10	Bad Lauterberg	Modus	1

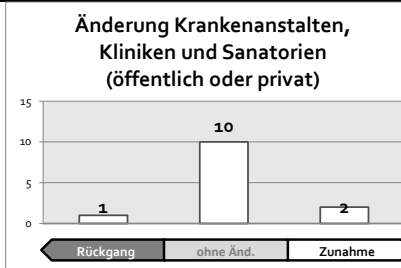
An der breiten Streuung der Zahl von Krankenanstalten u.ä. lässt sich ablesen, wie die jeweilige Ausstattung zum unverwechselbaren Profil des jeweiligen Kurorts beiträgt.



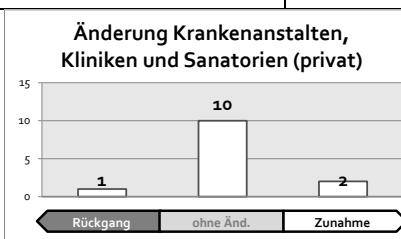
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet	
E1	031	Krankenanstalten, Kliniken und Sanatorien (Bettenzahl)	● 100%	
Mittelwert	315,26	Median	200	
Maximum	1.617	Norderney	Modus	0

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
E1	030	Änderung Krankenanstalten, Kliniken usw. (öffentlich oder privat)	◐ 30,2%

Aufgrund der Langfristigkeit entsprechender Investitionen zeigt sich in der Ausstattung mit Krankenanstalten u.ä. eine vergleichsweise geringe Dynamik.

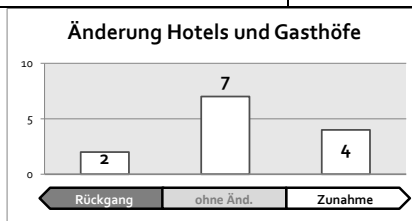


Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
E1	032	Änderung Krankenanstalten, Kliniken usw. (privat)	◐ 30,2%

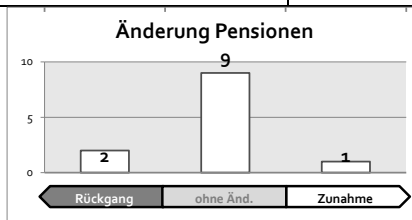


Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
E1	033	Hotels und Gasthöfe (Anzahl)	95,3%
Mittelwert	14,83	Median 11	Modus —
Maximum	60	Norderney	
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
—	033a	Hotels und Gasthöfe (Bettzahl)	97,7%
Mittelwert	762,33	Median 436,50	Modus —
Maximum	4.450	Norderney	
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
E1	034	Änderung Hotels und Gasthöfe	30,2%

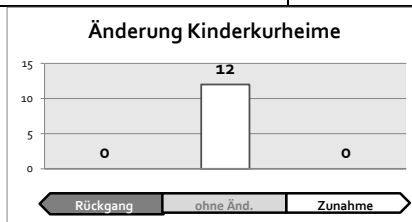
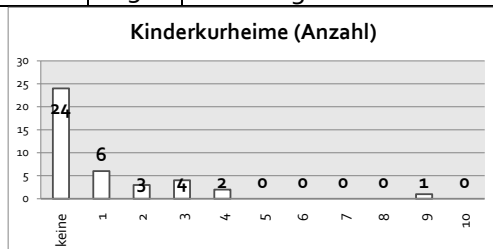
Bei den gegenüber Krankenhäusern im allgemeinen kleineren Einheiten der Hotels und Gasthöfe zeigt sich eine größere Dynamik.



Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
E1	035	Pensionen (Anzahl)	93,0%
Mittelwert	27,90	Median 7,50	Modus —
Maximum	640	Norderney	
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
—	035a	Pensionen (Bettzahl)	95,3%
Mittelwert	241,29	Median 100	Modus —
Maximum	2.075	Norderney	
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
E1	036	Änderung Pensionen	27,9%

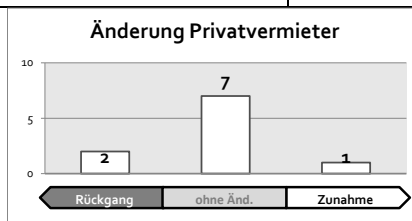


Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
E1	037	Kinderkurheime (Anzahl)	93,0%
Mittelwert	1,03	Median 0	Modus 0
Maximum	9	Wangerooge	
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
—	037a	Kinderkurheime (Bettzahl)	90,7%
Mittelwert	122,51	Median 0	Modus —
Maximum	1.161	Wangerooge	
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
E1	038	Änderung Kinderkurheime	27,9%

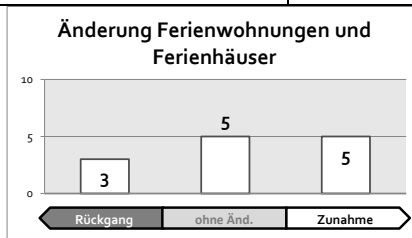




Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
E1	039	Privatvermieter (Anzahl)	81,4%
Mittelwert	43,77	Median 8	Modus —
Maximum	1075	Norderney	
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
—	039a	Privatvermieter (Bettzahl)	81,4%
Mittelwert	209,91	Median —	Modus —
Maximum	4.566	Norderney	
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
E1	040	Änderung Privatvermieter	23,3%

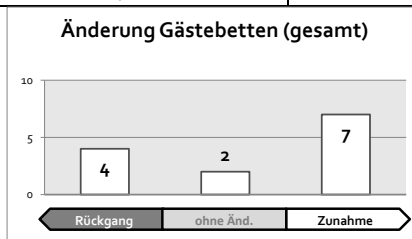


Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
E1	041	Ferienwohnungen und -häuser (Anzahl)	93,0%
Mittelwert	435,48	Median 142,50	Modus —
Maximum	2.678	Cuxhaven (OT Duhnen, Döse, Grimmershörn)	
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
E1	041a	Ferienwohnungen und -häuser (Bettzahl)	95,3%
Mittelwert	2.261,93	Median 869	Modus —
Maximum	12.075	Norderney	
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
E1	042	Änderung Ferienwohnungen und -häuser	30,2%



Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
E2	043	Gästebetten (Gesamtzahl)	100%
Mittelwert	3.969,49	Median 2.501	Modus —
Maximum	25.000	Norderney	

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
E2	044	Änderung Gästebetten (Gesamtzahl)	30,2%





Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
E3	045	zertifizierte Beherbergungsbetriebe (Anzahl)	<input checked="" type="radio"/> 86,0%
Mittelwert	74,59	Median 41	Modus —
Maximum	387	Borkum	

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
E3	046	zertifizierte Beherbergungsbetriebe (Anzahl) Service-Qualität Niedersachsen	<input type="radio"/> 2,3%

Über die Anzahl von ausdrücklich im Rahmen der Initiative „Service-Qualität Niedersachsen“ zertifizierten Beherbergungsbetriebe enthielten die vorliegenden Dokumente eine zu geringe Zahl von Angaben, um hieraus Verallgemeinerungen abzuleiten.

3.6) Ärztliche Betreuung der Kurgäste (F)

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
F1	047	Ärzte (Anzahl gesamt)	<input checked="" type="radio"/> 95,3%
Mittelwert	19,05	Median 12	Modus 2
Maximum	136	Cuxhaven (OT Duhnen, Döse, Grimmershörn)	

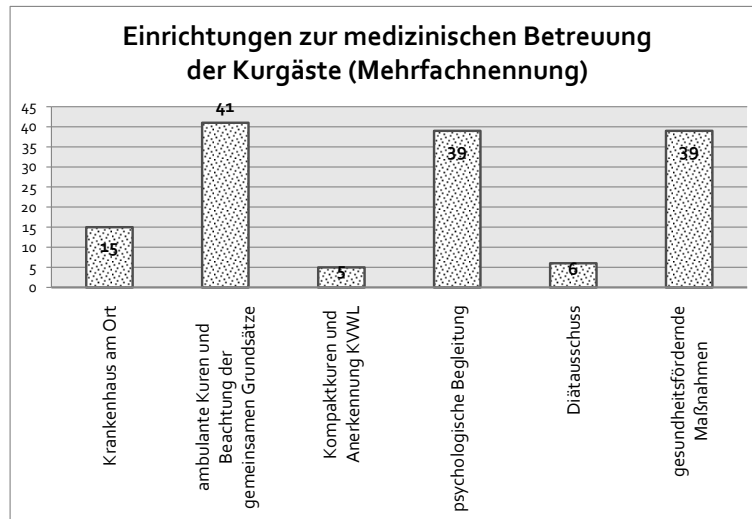
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
F1	048	Badeärzte (Anzahl)	<input checked="" type="radio"/> 97,7%
Mittelwert	3,29	Median 3	Modus 1
Maximum	14	Cuxhaven (OT Duhnen, Döse, Grimmershörn)	

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
F2	049	Apotheken (Anzahl)	<input checked="" type="radio"/> 95,3%
Mittelwert	2,73	Median 2	Modus 1
Maximum	9	Bad Harzburg	

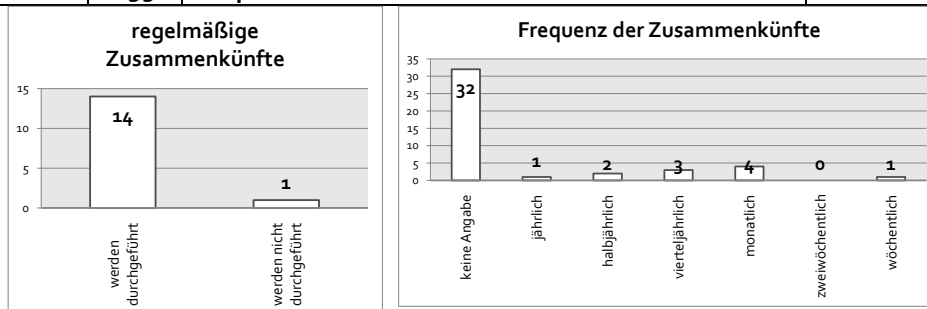
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
F4	051	Masseure (Anzahl)	<input checked="" type="radio"/> 95,3%
Mittelwert	13,72	Median 10	Modus —
Maximum	38	Bad Harzburg	

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
F4	052	Krankengymnasten (Anzahl)	<input checked="" type="radio"/> 93,0%
Mittelwert	18,02	Median 10	Modus —
Maximum	65	Bad Essen	

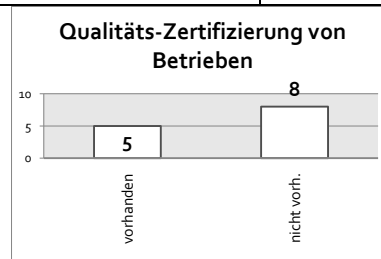
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
F3	050	Krankenhaus	<input checked="" type="radio"/> 95,3%
F5	053	ambulante Kuren und Beachtung der gemeinsamen Grundsätze (KVWL)	<input checked="" type="radio"/> 100%
F6	054	Kompaktkuren und Anerkennung (KVWL)	<input checked="" type="radio"/> 100%
F7	055	psychologische Begleitung	<input checked="" type="radio"/> 93,0%
F8c	056	Diätausschuss	<input checked="" type="radio"/> 93,0%
F9	057	gesundheitsfördernde Maßnahmen	<input checked="" type="radio"/> 93,0%



Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
F10a	058	regelmäßige Zusammenkünfte	<input checked="" type="radio"/> 34,9%
F10a	059	Frequenz der Zusammenkünfte	<input checked="" type="radio"/> 25,6%



Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
F10b	060	Qualitäts-Zertifizierung von Betrieben	<input checked="" type="radio"/> 30,2%



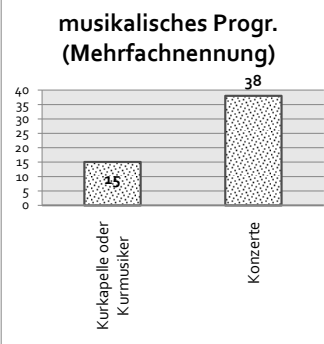
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
F10c	061	ServiceQualität Niedersachsen (Anzahl der Betriebe)	<input checked="" type="radio"/> 20,9%

Mittelwert	2,44	Median	1	Modus	1
Maximum	10	Langeoog			

3.7) Veranstaltungen (G)

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
G1)	o62	Kurkapelle oder Kurmusiker	● 100%
G2)	o63	Konzerte	● 95,3%

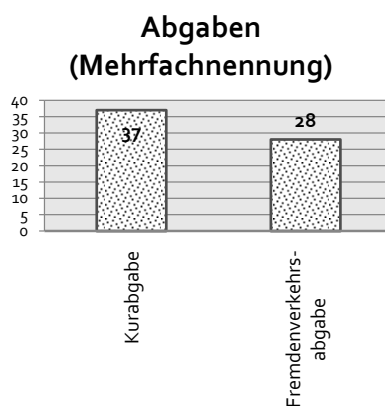
Während die große Mehrheit der Kurorte (38 Orte oder 88,4%) für ihre Kurgäste Konzerte veranstaltet, beschäftigen nur 15 (34,9%) hierfür eigene Musiker.



3.8) Kurtaxerhebung (H)

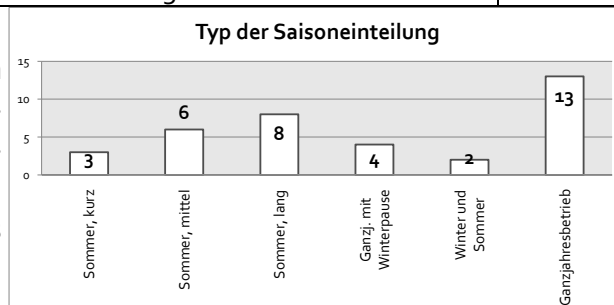
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
H1)	o64	Kurabgabe	● 97,7%
H1)	o65	Fremdenverkehrsabgabe	● 100%

37 der erfassten Kurorte (86,0%) gaben an, eine Kurtaxe zu erheben. Eine Fremdenverkehrsabgabe wird von 28 Kurorten (65,1%) erhoben.



Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
—	o67a	Typ der Saisoneinteilung	● 88,4%

Um die verschiedenen Formen der Saisoneinteilung für die beteiligten Kurorte zu erfassen, wurden diese in sechs Typen unterteilt.



Während die größte Gruppe von Kurorten ihren Kurbetrieb über das gesamte Jahr aufrechterhält, ist die häufigste Organisationsform unter den übrigen Kurorten die einer langen Sommersaison (6-9 Monate).

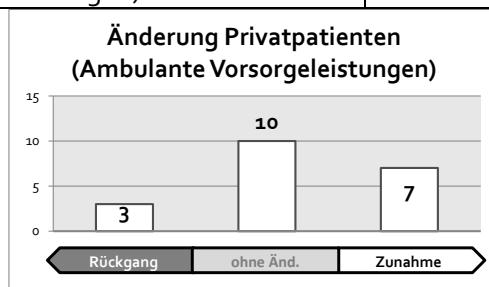
Typ 1	Sommer, kurz: Kurze Sommersaison (3-4 Monate z.B. Juni-Sept. oder kürzer)
Typ 2	Sommer, mittel: Mittlere Sommersaison (5 Monate z.B. Mai-Sept.)
Typ 3	Sommer, lang: Lange Sommersaison (6-8 Monate)
Typ 4	Ganzj. mit Winterpause: Kurbetrieb (10-11 Mon.) mit Winterpause (1-2 Mon.)
Typ 5	Winter und Sommer (getrennte Winter- und Sommersaison)
Typ 6	Ganzjahresbetrieb (ganzjähriger Betrieb, ohne Saisoneinteilung)

3.9) Statistische Angaben (I)

Die statistischen Angaben über verschiedene Behandlungsformen und ihre Dynamik spiegelt das jeweilige Leistungsprofil des Kurortes wider. Dies lässt sich bereits daran ablesen, dass in nahezu jeder Kategorie ein jeweils anderer Kurort die Spitzenposition einnimmt.

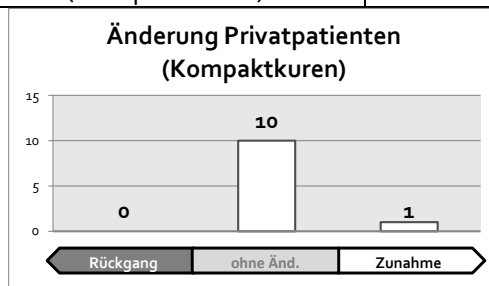
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
I1	o68	Privatpatienten (Ambulante Vorsorgeleistungen, Summe der letzten 3 Jahre)	79,1%
Mittelwert	1.286,85	Median 466,50	Modus 0
Maximum	12.500	Bad Bederkesa	

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
I1	o69	Änderung Privatpatienten (Ambulante Vorsorgeleistungen)	46,5%



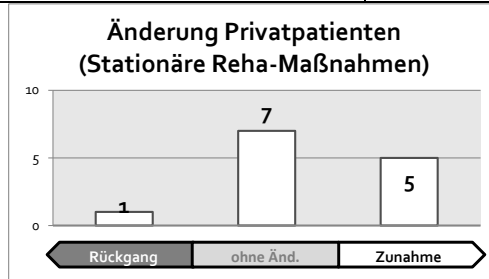
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
I1	o70	Privatpatienten, Kompaktkuren (Summe der letzten 3 Jahre)	48,8%
Mittelwert	14,76	Median 0	Modus 0
Maximum	246	Bad Pyrmont	

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
I1	o71	Änderung Privatpatienten (Kompaktkuren)	25,6%

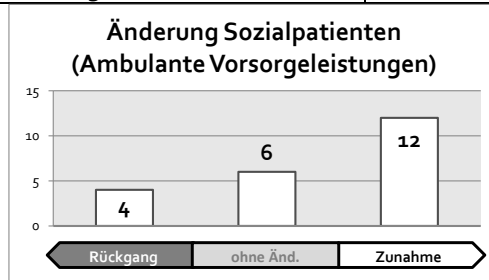




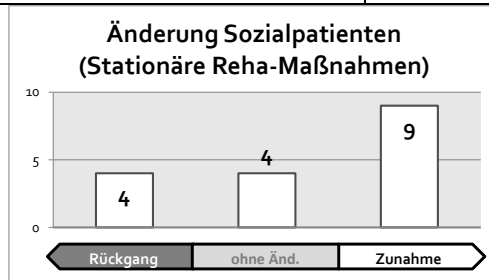
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
l1	072	Privatpatienten, stationäre Reha-Maßnahmen (Summe der letzten 3 Jahre)	58,1%
Mittelwert	911,38	Median 350	Modus 0
Maximum	4.893 Bad Pyrmont		
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
l1	073	Änderung Privatpatienten (Stationäre Reha-Maßnahmen)	30,2%



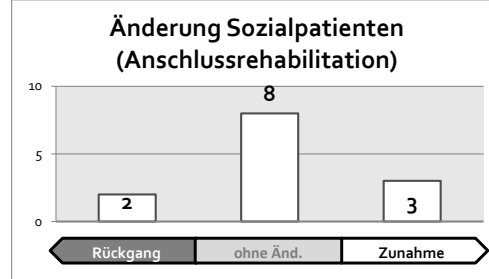
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
l2	074	Sozialpatienten, ambulante Vorsorgeleistungen (Summe der letzten 3 Jahre)	83,7%
Mittelwert	4.379,86	Median 2.163,50	Modus —
Maximum	27.609 Horumersiel-Schillig		
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
l2	075	Änderung Sozialpatienten (Ambulante Vorsorgeleistungen)	51,2%



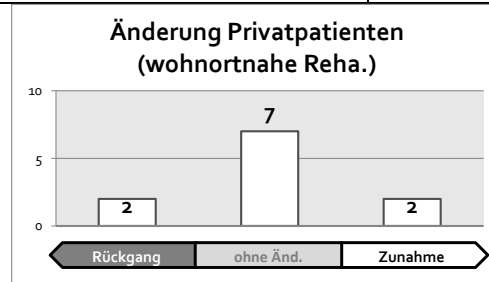
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
l2	076	Sozialpatienten, stationäre Reha-Maßnahmen (Summe der letzten 3 Jahre)	65,1%
Mittelwert	6.277,64	Median 2.103	Modus —
Maximum	53.112 Bad Pyrmont		
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
l2	077	Änderung Sozialpatienten (Stationäre Reha-Maßnahmen)	39,5%



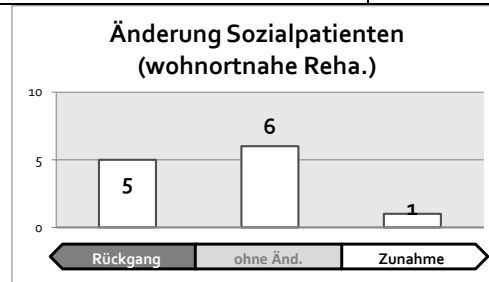
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
l2	o78	Sozialpatienten, Anschlussrehabilitation (Summe der letzten 3 Jahre)	53,5%
Mittelwert	5.730,87	Median	4.266
Modus	—		
Maximum	25.213 Bad Gandersheim		
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
l2	o79	Änderung Sozialpatienten (Anschlussrehabilitation)	30,2%



Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
l3	o80	Privatpatienten, wohnortnahe Reha-Maßnahmen (Summe der letzten 3 Jahre)	46,5%
Mittelwert	479,15	Median	81
Modus	—		
Maximum	6.188 Bad Bederkesa		
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
l3	o81	Änderung Privatpatienten (wohnortnahe Reha-Maßnahmen)	25,6%



Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
l3	o82	Sozialpatienten, wohnortnahe Reha-Maßnahmen (Summe der letzten 3 Jahre)	48,8%
Mittelwert	1.044,38	Median	149
Modus	—		
Maximum	5.769 Soltau		
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
l3	o83	Änderung Sozialpatienten (wohnortnahe Reha-Maßnahmen)	27,9%





Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
I4	o84	Gesamtzahl der Patienten in den letzten 3 Jahren	72,1%
Mittelwert	17.408,68	Median 16261	Modus —
Maximum	57.519	Bad Pyrmont	

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
I5	o85	Zahl der Übernachtungen (letztes Berichtsjahr, gesamt)	93,0%
Mittelwert	575.254,38	Median 249.079	Modus —
Maximum	3.050.000	Norderney	

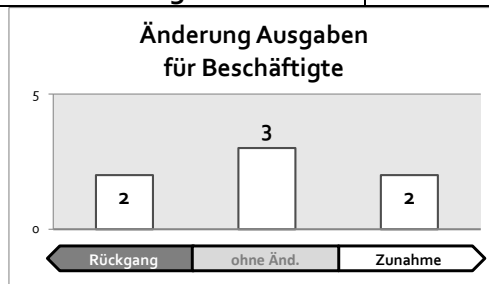
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
I5	o86	Zahl der Übernachtungen, Privatpatienten (letztes Berichtsjahr)	60,5%
Mittelwert	25.566,62	Median 5.135,50	Modus —
Maximum	289.002	Bad Bevensen	

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
I5	o87	Zahl der Übernachtungen, Sozialpatienten (letztes Berichtsjahr)	60,5%
Mittelwert	121.996,35	Median 97.550,50	Modus —
Maximum	449.840	Bad Pyrmont	

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
I5	o88	Durchschnittliche Aufenthaltsdauer (letztes Berichtsjahr, in Tagen)	46,5%
Mittelwert	10,58	Median 7,85	Modus —
Maximum	27,94	Soltau	

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
I6	o89	Ausgaben für Beschäftigte im Gesundheits- und Tourismusbereich (letztes Berichtsjahr)	20,9%
Mittelwert	10.816.328,33	Median 2.130.000	Modus —
Maximum	60 Mio.	Hahnenklee-Bockswiese	

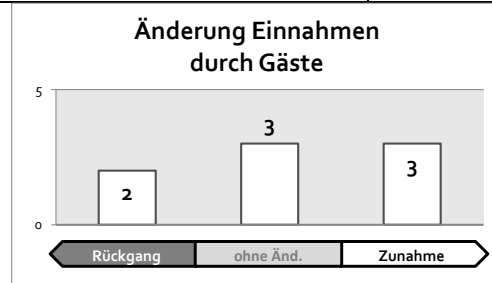
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
I6	o90	Änderung Ausgaben für Beschäftigte	16,3%





Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet		
I6	og1	Einnahmen durch Gäste (jew. neueste Zahl)	<input checked="" type="radio"/> 25,6%		
Mittelwert	44.715.530,45	Median	29.966.625	Modus	—
Maximum	183 Mio.	Soltau			

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
I6	og2	Änderung Einnahmen durch Gäste	<input checked="" type="radio"/> 18,6%



4) Entscheiderbefragung

Vorgehensweise

In Zusammenarbeit mit am Projekt beteiligten Experten wurde als Erhebungsinstrument ein 12-seitiger Fragebogen entworfen und über die dienstliche Kontaktadresse an die Projektverantwortlichen in den 43 erfassten Kurorten verschickt. Die Zahl von 35 ausgefüllt zurückgesendeten Fragebögen entspricht einer Rücklaufquote von 81,4% und liegt damit weit über dem Üblichen vergleichbarer Untersuchungen. Hierin kommt ein hohes Involvement der Projektbeteiligten zum Ausdruck.

hohe Rücklaufquote

Darstellung

Um den Kontext der jeweiligen Antworten zu erhellen, ist die zugehörige, ursprüngliche Fragestellung aus dem Erhebungsinstrument in der Form eines Ausrisses wiedergegeben.

Fragebogen-Ausschnitt



Die erhobenen Variablen werden im folgenden in einem Format dargestellt, das sich an das vorangegangene Kapitel anlehnt (Dokumentenanalyse). Für jede Variable (Fragebogen-Item) ist eine gesonderte Beantwortungsquote angegeben; für im Format der Mehrfachauswahl gestellte Fragen ist diese Angabe aus logischen Gründen nicht möglich (Symbol ⊗). Interpretationen oder weitergehende Erläuterungen sind *kursiv* gesetzt.

standardisiertes
Berichtsformat

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
1.1	101	Bezeichnung der Variable	● 97,1%

Handschriftliche Bemerkungen der Befragten sind in der folgenden Weise im Wortlaut wiedergegeben (handschriftartige Schriftart); Erläuterungen und die Artbezeichnung des jeweiligen Kurorts (soweit angegeben) sind zu jeder Äußerung hinzugefügt (schreibmaschinenartige Schriftart). Um die zugesicherte Anonymität der Befragten zu gewährleisten, wurden Ortsangaben entfernt.

Freitext-Antworten

(Bemerkungen)

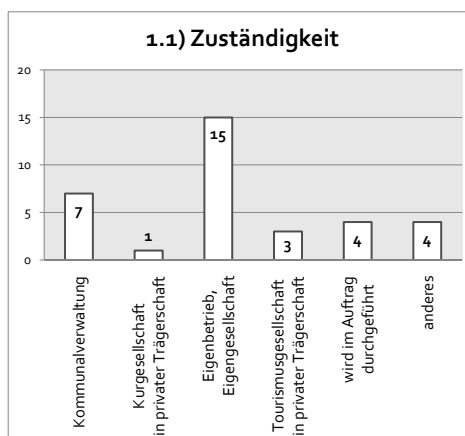
[Anmerkung des Auswerters:] *handschriftliche Bemerkung eines Befragten (Freitext)* [Artbezeichnung des betr. Kurorts, falls bekannt]

Abschnitt 1) Reprädikatisierung: Organisation und Ablauf

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
1.1	101	Zuständigkeit	97,1%

Zuständigkeit: Für die Kurverwaltung Ihres Ortes ist zuständig:

- Kommunalverwaltung
- Eigenbetrieb, Eigengesellschaft
- wird im Auftrag durchgeführt, und zwar durch (bitte erläutern):
- Kurgesellschaft in privater Trägerschaft
- Tourismusgesellschaft in privater Trägerschaft
- anderes (bitte erläutern)



1.1) Zuständigkeit (Bemerkungen)

Eigengesellschaft

Zuständig => kommunale Tourismus GmbH in Zusammenarbeit mit Kommunalverwaltung [Ort mit Heilquellen-Kurbetrieb]

GLC Glücksburg Consult AG [Heilklimatischer Kurort]

Kurbetriebsgesellschaft mbH

Anteilseigner: Landkreis 51%, Stadt 49% [Ort mit Peloid-Kurbetrieb]

[6] Gesellschaft in öffentlicher Trägerschaft

GLC Glücksburg Consulting AG, Hamburg

Seit 01.01.2010 nimmt die GLC die Aufgaben des Kurbetriebs (Betrieb einer Tourist-Information, Vermittlung von Unterkünften für Gäste, Planung und Durchführung von Veranstaltungen) wahr. [Luftkurort]

Städt. GmbH [Ort mit Sole-Kurbetrieb]

GmbH, die zu 100% der Gemeinde gehört

[Nordseebad]

Wirtschaftsbetriebe der Stadt ... GmbH

Stadt ist zu 100% beteiligt. [Nordseebad]

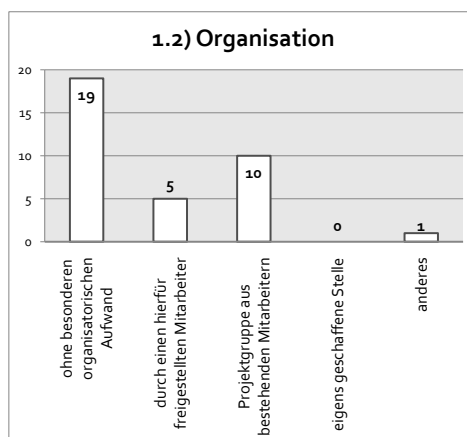
In Zusammenarbeit mit dem hiesigen Kur- und Verkehrsverein e.V.

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
1.2	103	Organisation	● 100%

Organisation: Die Anforderungen der Reprädikatisierung...

- ...wurden ohne besonderen organisatorischen Aufwand bewältigt, d.h. im laufenden Betrieb.
- ...wurden durch einen hierfür freigestellten Mitarbeiter betreut.
- ...wurden durch eine Projektgruppe aus bestehenden Mitarbeitern betreut.
- ...wurden durch eine eigens für diesen Zweck neu geschaffene Stelle betreut.
- anderes, und zwar (bitte erläutern):

Eine Mehrheit von 19 der Befragten (56 %) gab an, die Reprädikatisierung ohne besonderen organisatorischen Aufwand bewältigt zu haben; lediglich 5 (15%) gaben an, einen Mitarbeiter eigens für das Projekt freigestellt zu haben.



Dem stehen einzelne Stimmen gegenüber, die über eine erhöhte Belastung aus der Reprädikatisierung klagen: „Das gesamte Verfahren hat bedingt durch die dafür nicht vorhandenen Personalressourcen zu einer erheblichen Mehrbelastung der bzw. aller Mitarbeiter der KV geführt.“ (Kneipp-Heilbad, Projektbeginn Dezember 2007). — „Viel Arbeit und hohe Kosten“ (Nordseebad, Projektbeginn März 2009)

1.2) Organisation (Bemerkungen)

im laufenden Betrieb

Koordinator für die ostfriesischen Inseln und Küstenorte

Wurde durch erheblichen Mehraufwand und zusätzlicher Arbeitszeit während des laufenden Betriebes durchgeführt.

Mit erheblichem Aufwand durch eigene Mitarbeiter im laufenden Betrieb!

[Ort mit Heilquellen-Kurbetrieb]

aber mit erheblichem personellem Aufwand [Nordsee-Heilbad]

Die Reprädikatisierung wurde von der Stadt (Name) bearbeitet.

[Luftkurort]

erheblicher zusätzlicher Aufwand [Nordseebad]

[ohne besonderen organisatorischen Aufwand:]

Die Aufgabe mußte mit relativ großem Aufwand vom Leiter der Touristinformation und Kurverwaltung neben seinem eigentlichen Tätigkeitsfeld wahrgenommen und erfüllt werden. [Kneipp-Heilbad]

- Vertreter der Stadt (versch. Organisationseinheiten)

- Vertreter der Kurverwaltung

- Vertreter der Kureinrichtungen (Badeärzte, Kliniken) [Nordseebad]

Der Aufwand dafür war beträchtlich, aber es wurde im laufenden Betrieb erledigt.

Im wesentlichen durch 1 Person, die themenbezogen andere Mitarbeiter hinzugezogen hat (z.B. Thema Kurpark - Kollegen des Bauamts & des Baubetriebshofes) [Ort mit Sole-Kurbetrieb]

d.h. von der Geschäftsleitung und einer Mitarbeiterin [Kneipp-Heilbad]

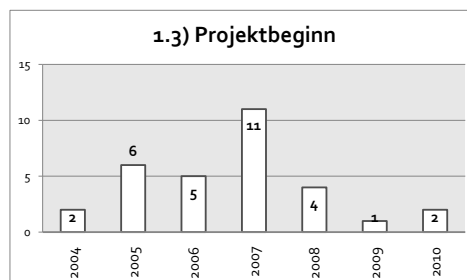
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
1.3	105b	Projektbeginn	● 94,3%

Projektbeginn: Wann haben die verantwortlichen Entscheider des Kurortes begonnen, sich mit dem Projekt „Reprädikatisierung 2005-2010“ zu befassen?

(ungefähre Angabe, z.B. Jahr, Monat)

In bezug auf den Projektbeginn haben die Befragten höchst unterschiedliche Angaben gemacht.

Dies wird zumindest teilweise auf unterschiedliche Auffassungen zurückzuführen sein, an welchem Ereignis der Projektbeginn denn festzumachen sei.



Angaben, die bis vor das Jahr 2005 zurückreichen, sind auf derartige Auffassungsunterschiede zurückzuführen. In vielen Fällen haben die Befragten sich zudem nicht auf den Monat genau an einen Projektbeginn erinnern können; in diesen Fällen wurde die Jahresmitte (1. Juli) als Projektbeginn angesetzt. Auf eine monatsgenaue Zeitachse übertragen ergibt sich damit folgendes Erscheinungsbild:

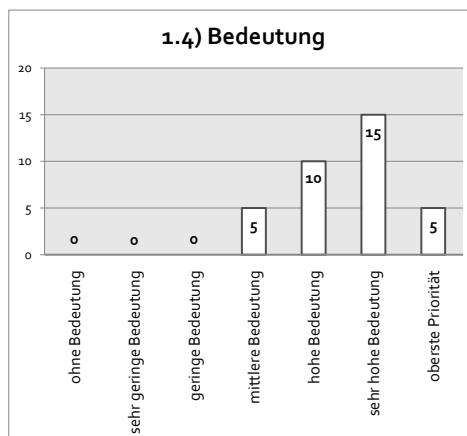


Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
1.4	106	Bedeutung	● 100%

Bedeutung: Wie schätzen Sie die Bedeutung der Prädikatisierung für Ihren Kurort ein?



30 Befragte (85,7 %) maßen der Reprädikatisierung eine hohe oder noch höhere Bedeutung zu. Fünf Befragte (5 %) erklärten das Projekt zur obersten Priorität.



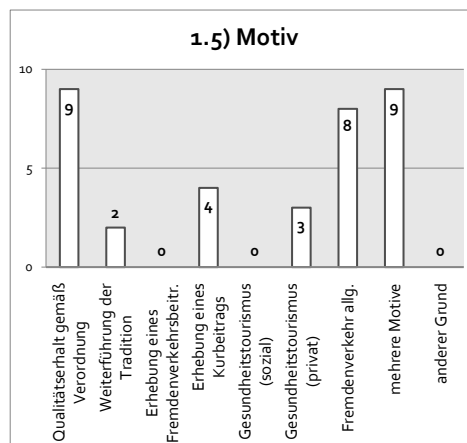
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
1.5	107	Motiv	● 100%

Motiv: Das *vorrangige* Motiv für Ihren Kurort, eine Reprädikatisierung anzustreben, war folgendes: (bitte nur eine Möglichkeit auswählen)

- Erhalt der Qualität gemäß den Vorgaben der niedersächsischen Kurortverordnung
- Weiterführung der Tradition des Kurorts, z.B. des Prädikats im Ortsnamen
- Berechtigung zur Erhebung eines Fremdenverkehrsbeitrags nach §9 NKAG*
- Berechtigung zur Erhebung eines Kurbeitrags nach §10 NKAG*
- Attraktivität des Prädikats für den Gesundheitstourismus (vornehmlich Sozialkurgäste)
- Attraktivität des Prädikats für den Gesundheitstourismus (vornehmlich Privatkurgäste)
- Attraktivität des Prädikats für den Fremdenverkehr im allgemeinen
- mehrere dieser Motive in gleicher Weise (bitte erläutern)
- anderer Grund (bitte erläutern)

*NKAG = Niedersächsisches Kommunalabgabengesetz

Bei den Motiven dafür, an der Reprädikatisierung teilzunehmen, zeigt sich eine große Vielfalt von Gründen; 9 der Befragten (26 %) waren nicht bereit, einen einzelnen Grund als überragend wichtig herauszuheben. Der Erhalt des Status quo und die Förderung des Fremdenverkehrs im allgemeinen (beide 24%) waren die am häufigsten genannten Motive.



1.5) Motiv (Bemerkungen)

Die Berechtigung zur Erhebung des Kurbeitrages ist selbstverständlich erheblich

Als Ort mit geringer Einwohnerzahl leben wir vom Tourismus & den damit verbundenen Einnahmen. Ein Prädikat ist aus touristischer Sicht ein wichtiger Faktor um Gäste zu generieren. Im Prinzip hat die Gesamtheit aller o.g. Punkte zur Entscheidung geführt.

./. [Ort mit Heilquellen-Kurbetrieb]

siehe 1-4 [1: Weiterführung der Tradition... / 2: Fremdenverkehrsbeitrag / 3: Kurbeitrag / 4: Fremdenverkehr i.allg.]

[Fremdenverkehrsbeitrag und Kurbeitrag] [Nordseeheilbad]

Entscheidendes Qualitätskriterium für die Arbeit des Heilbades (Doppelprädisierung „Mineral + Moor-heilbad“), Imagegewinn, Kurbeitragserhebung, Attraktivität Gesundheitstourismus und Fremdenverkehr

[Ort mit Peloid-Kurbetrieb]

Möglichkeit, Vorsorge- und Rehabilitationsmaßnahmen durchzuführen.

Weiterführung des Prädikats „Heilklimatischer Kurort“, Berechtigung zur Erhebung eines Fremdenverkehrsbeitrages und eines Kurbeitrages, Attraktivität des Prädikats für den Fremdenverkehr im allgemeinen

[Luftkurort]

Auf jeden Fall gab es mehrere gleichrangige Motive: Qualität zu überprüfen & optimieren, Zusammenarbeit der Institution im Gesundheitswesen zu verbessern etc.

Darüber hinaus liegt in der weiteren Entwicklung des Fremdenverkehrs die (einzige) Zukunftschance für die Stadt Bad Gandersheim.

[Ort mit Sole-Kurbetrieb]

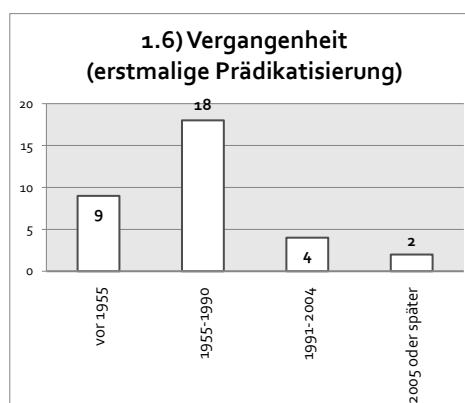
[Verschiedene Gründe: Erhalt der Qualität, Berechtigung zur Erhebung eines Kurbeitrages, Attraktivität (Sozialkurgäste); Ort mit Heilquellen-Kurbetrieb]

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
1.6	109	Prädikat: Vergangenheit	94,3%

Vergangenheit: Wann wurde dem Kurort das beantragte Prädikat erstmalig verliehen?

vor 1955
 1955-1990
 1991-2004
 2005 oder später

Die Hälfte der antwortenden Kurorte hat ihr Prädikat in den Jahren zwischen 1955 und 1990 erhalten. Die Gruppe der „jungen Bäder“ (Erstprädisierung vor weniger als ca. 20 Jahren) umfasst sechs (18 %), die der Traditionsbäder (vor 1955) neun Kurorte (56 %).

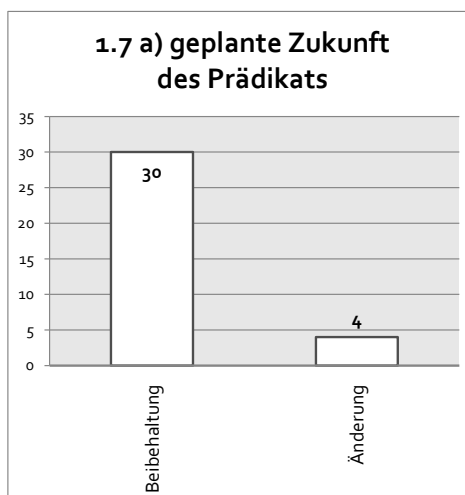


Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
1.7 a	110	Prädikat: Zukunft	97,1%

a) Für die **Zukunft** beabsichtigt Ihr Kurort, die augenblickliche Prädikatisierung nach Möglichkeit...

- ...beizubehalten
- ...zu ändern (bitte anschließend erläutern)

Die überwiegende Mehrheit der antwortenden Kurorte (88 %) gaben an, ihr Prädikat beibehalten zu wollen. Bei den wenigen Änderungswünschen (9 %) handelt es sich um den Wunsch nach Höhererstufung, wie den Antworten im Kommentarfeld zu entnehmen ist (s.u.).



Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
1.7 b	111	Prädikat, Gründe: kurmedizinisch	<input checked="" type="checkbox"/> —
1.7 b	112	Prädikat, Gründe: politisch	<input checked="" type="checkbox"/> —
1.7 b	113	Prädikat, Gründe: wirtschaftlich	<input checked="" type="checkbox"/> —
1.7 b	114	Prädikat, Gründe: andere	<input checked="" type="checkbox"/> —

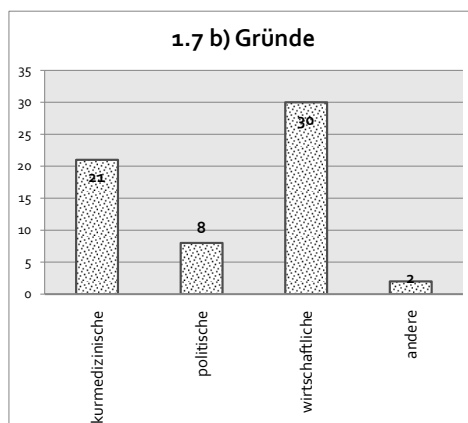
b) Für diese Absicht (Änderung oder Beibehaltung) sind folgende Gründe ausschlaggebend

Mehrfachnennung möglich):

- kurmedizinische Gründe
 - politische Gründe
 - wirtschaftliche Gründe
 - andere Gründe
- } (bitte erläutern)

Für den Wunsch nach Beibehaltung des Prädikats wurden vor allem kurmedizinische und wirtschaftliche Gründe genannt.

Hieran ist abzulesen, dass die Reprädikatisierung in Übereinstimmung mit der strategischen Ausrichtung der Kurorte auf den Gesundheitstourismus steht.



1.7) Zukunft (Bemerkungen)

Qualität bedeutet Wertschöpfung am und für unseren Gast!

Höherprädikatisierung wird angestrebt, um den stationären Sektor auszubauen

./.. [Ort mit Heilquellen-Kurbetrieb]

Erhebung Kurbeitrag [Heilklimatischer Kurort]

Anforderungen sind fast ausschließlich auf Gesundheitstourismus fixiert und sind z.T. längst nicht mehr zeitgemäß! [Nordseeheilbad]

Attraktivität des Prädikats für den Fremdenverkehr, Berechtigung zur Erhebung eines Fremdenverkehrsbeitrages und eines Kurbeitrages.

[Luftkurort]

Prestigegründe

(Name) ist monostrukturiert, d.h. die „Lebensgrundlage“ des Ortes (nur 18,21 qkm groß) ist die „Weiße Industrie“

[Heilbad]

Wir wollen zukünftig als Nordseeheilbad prädikatisiert werden. Da wir das als Premium-Markte einschätzen, ist es Ansporn, die Qualität entsprechend vorzuhalten und zu vermarkten.

mittelbare Förderung des Fremdenverkehrs

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
1.8 a	116	Investitionen	● 100%

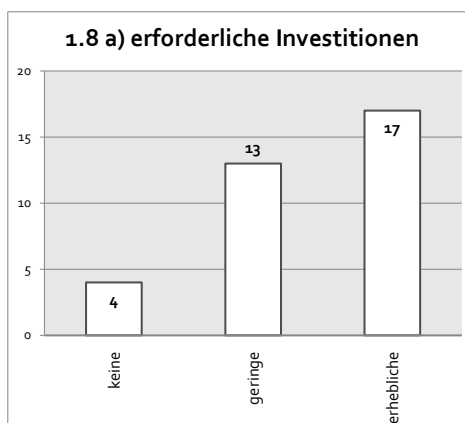
a) Waren in Ihrem Kurort für die jetzt abgeschlossene Reprädikatisierung **Investitionen** erforderlich?

nein, keine (weiter mit Frage 1.9)

ja, in geringem Maße (bitte erläutern) ja, in erheblichem Maße (bitte erläutern)

Nur eine geringe Minderheit von vier der Antwortenden (12 %) hat die Reprädikatisierung ohne weitere Investitionen bewilligt. Bei 35% der Antwortenden waren geringe, bei 47% erhebliche Investitionen erforderlich.

Dies zeigt, dass erst durch die Reprädikatisierung Qualitätsdefizite deutlich gemacht und behoben worden sind.



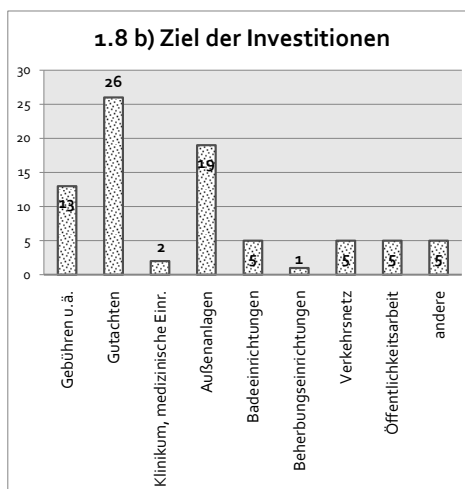
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
1.8 b	117-125	Ziel der Investitionen	⊗ —

b) Falls Investitionen erforderlich: In welchen Bereichen war dies vorrangig der Fall?

(Mehrfachnennung möglich)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Gebühren u.ä. | <input type="checkbox"/> Gutachten |
| <input type="checkbox"/> Klinikum, medizinische Einrichtungen | <input type="checkbox"/> Außenanlagen (Kurpark, Wanderwege usw.) |
| <input type="checkbox"/> Badeeinrichtungen | <input type="checkbox"/> Beherbergungseinrichtungen |
| <input type="checkbox"/> Verkehrsnetz | <input type="checkbox"/> Öffentlichkeitsarbeit, Kommunikation |
| <input type="checkbox"/> andere (bitte nachfolgend erläutern) | |

Bei den Investitionen standen die Ausgaben für Gutachten an erster Stelle, Sachinvestitionen in Außenanlagen und weitere Objekte an zweiter. Einen weiteren Posten machen die Gebühren des Verfahrens aus.



Hohe Ausgaben für Gutachten sind nach Einschätzung einzelner Kurorte auf die gleichzeitige Nachfrage niedersächsischer Heilbäder auf dem Gutachtenmarkt und die damit verbundene Preissteigerung zurückzuführen (vgl. die allgemeinen Anmerkungen zu Abschnitt 5.2 des Fragebogens). In diesem Zusammenhang sei auf den teilweise späten, im Jahr 2007 gehäuferten Zeitpunkt des Projektbeginns verwiesen (s.o.).

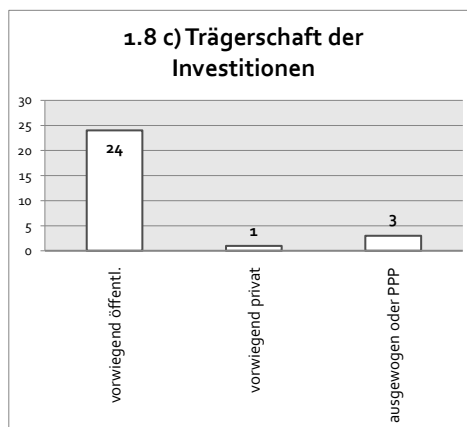
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
1.8 c	126	Trägerschaft der Investitionen	● 80,0%

c) Falls Investitionen erforderlich: In welcher Trägerschaft geschah dies hauptsächlich?

- | | |
|--|---|
| <input checked="" type="radio"/> vorwiegend öffentliche Trägerschaft | <input type="radio"/> vorwiegend private Trägerschaft |
| <input type="radio"/> ausgewogen bzw. Public-Private Partnership | |

Die getätigten Investitionen geschahen vorwiegend in öffentlicher Trägerschaft (68,6%); eine private Beteiligung wurde nur vereinzelt angegeben.

Die vergleichsweise geringe Zahl der Antworten (nur 28 von 35 Befragten) liegt die Vermutung nahe, dass die angebotenen Antwortalternativen noch nicht alle tatsächlich auftretenden Fälle berücksichtigt haben.



1.8) Investitionen (Bemerkungen)

Wir haben aber trotzdem erheblich in die Modernisierung und in die Innovation unserer vorhandenen Infrastrukturen investiert (ca. 53 Mio. € in den letzten 6 Jahren)

s. 1.1!

[Kur- Tourismus- und Wirtschaftsbetr. der Stadt ... GmbH, Ort mit Heilquellen-Kurbetrieb]

Ein großer Vorteil war, daß die Gesellschaft bereits aus eigener Initiative - Anfang der 90er Jahre - balneologische Gutachten erstellen lassen hat und über umfangreiche Analytik verfügte. [Ort mit Peloid-Kurbetrieb]

Kontrollanalyse zur Reprädikatisierung als Heilklimatischer Kurort, Deutscher Wetterdienst, 5.460,32€, Med.-Klimat. Gutachten, Med. Hochschule Hannover, 4.950,00€, Honorar und Beratungskosten, Service-Agentur Nds., 5.157,65€, Gebühr für die staatl. Anerkennung, Nds. Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr, 300,00€, Beschilderung Terrainkurwege 3.220,13€ [Luftkurort]

Tourist-Info, Wegweisung [Ort mit Sole-Kurbetrieb]

Umsetzung Klimatherapiekonzept [Nordseebad]

Ausweisung von Terrainkurwegen (Schautafeln, Informationsbroschüren)

Gutachten Luftqualität

Balneologische Gutachten (Heilquellen) [Heilbad]

Für unseren Kurort stellten Kosten von rund 30.000 Euro und bei der derzeitigen Haushaltslage einen erheblichen Aufwand dar.

[Kneipp-Heilbad]

Regelmäßige Fortbildungen und Weiterbildungen für Ärzte und Therapeuten [Nordseebad]

Umgehungsstraße mußte gebaut werden [ein Nordseebad]

- Verkehrsberuhigung und bauliche Maßnahmen vor Erreichung der Barri-

erfreiheit

- Erneuerung von großen Teilen der Beschilderung von Kurort und Wanderwegen

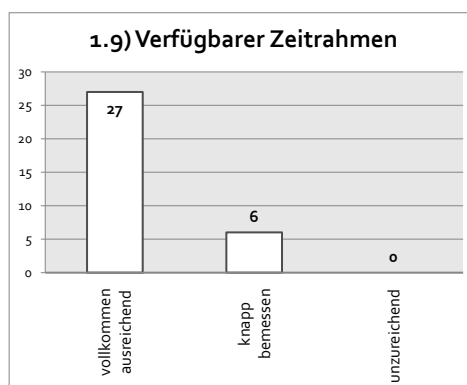
Im Zuge des Prädikatisierungsverfahrens wurden umfangreiche Umstrukturierungsmaßnahmen (Privatisierung des medizinischen Gesundheitszentrums) notwendig. [Ort mit Sole-Kurbetrieb]

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
1.9	128	Verfügbare Zeiträume	94,3%

Wie empfanden Sie den für die Reprädikatisierung in den Jahren 2005-2010 zur Verfügung stehenden Zeiträumen?

- Der verfügbare Zeiträume war vollkommen ausreichend.
- Der verfügbare Zeiträume war knapp bemessen.
- Der verfügbare Zeiträume war unzureichend.

Trotz der äußerst unterschiedlicher Anfangszeitpunkte (vgl. Abschnitt 1.3) empfanden die am Projekt beteiligten Heilbäder zu 79,4% den zur Verfügung stehenden Zeiträumen als ausreichend.



1.9) Verfügbare Zeiträume (Bemerkungen)

[Der verfügbare Zeiträume war vollkommen ausreichend.]

Da alle Orte reprädikatisiert werden mussten, konnte es sicherlich deshalb zu Engpässen bei den erforderlichen Gutachten kommen!

Die Zeiten für die Gutachten waren langwierig. Fristen waren in einigen Fällen schwer einzuhalten, da immer wieder nachgefordert wurde.

./. [Ort mit Heilquellen-Kurbetrieb]

kann nicht beurteilt werden, da bereits vorher mit der Erfüllung von Anerkennungs Voraussetzungen begonnen wurde.

Da sich die Anforderungen permanent änderten, wurde dann die Zeit knapp. Eine bessere Kommunikation hätte da geholfen.

Grds. war der Zeiträume ausreichend, setzte aber einen schnellen Beginn voraus. Das Beibringen der vielfältigen Gutachten war durch die gute Auslastung der Gutachter relativ langwierig.

Abschnitt 2) Reprädikatisierung: Auswirkungen

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
2.1	130-134	Wirtschaftliche Auswirkungen (Erwartungen)	96,0%

Wirtschaftliche Auswirkungen

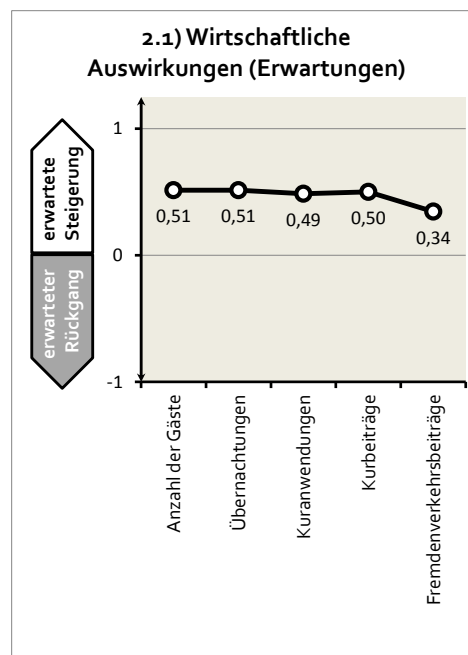
Wie wird sich die Reprädikatisierung nach Ihrer Einschätzung zukünftig wirtschaftlich auswirken?

	Rückgang	keine Änderung	leichte Steigerung	starke Steigerung	sehr starke Steigerung
Anzahl der Gäste	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Übernachtungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kuranwendungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kurbeiträge	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fremdenverkehrsbeiträge	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Falls Ihnen hierzu genauere Angaben möglich sind, würden wir uns über weitere Informationen freuen (ggf. Anhang).

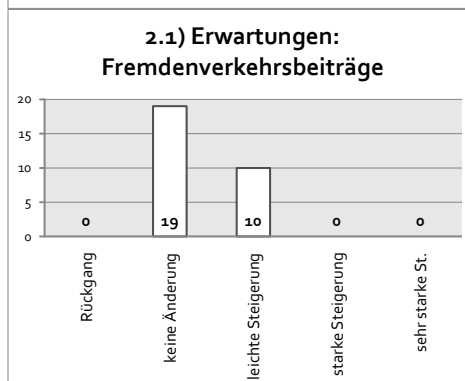
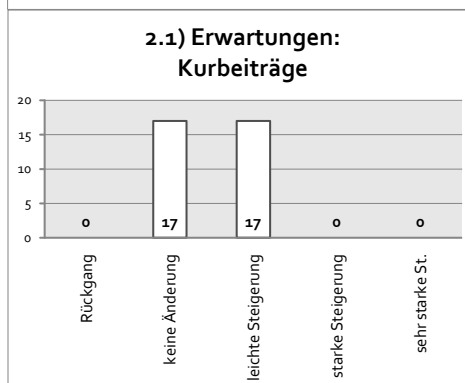
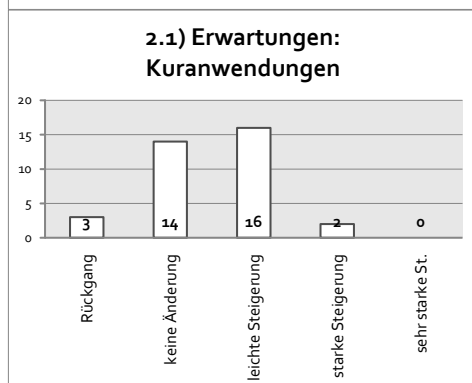
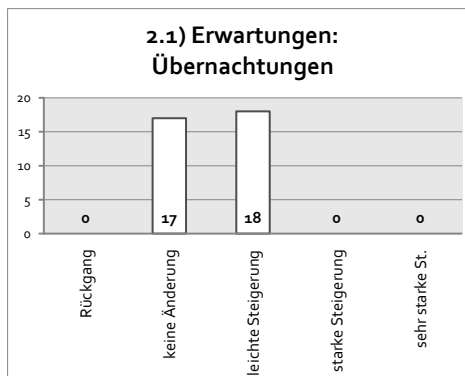
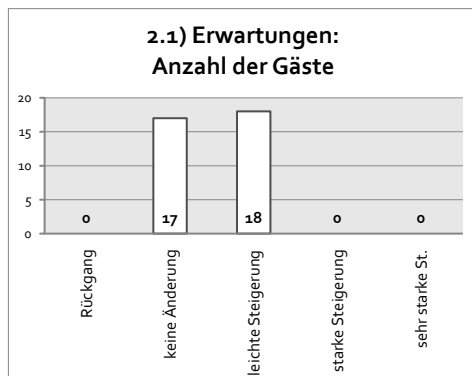
Mit den wirtschaftlichen Auswirkungen der Reprädikatisierung verbinden die Kurorte im Durchschnitt positive Erwartungen. Der einzigen Ausnahme (drei Kurorte, die einen Rückgang der Kuranwendungen erwarten) stehen zwei Kurorte gegenüber, die für dieses Merkmal eine starke Zunahme erwarten.

Dabei berichten die Kurorte zu annähernd gleichen Teilen indifferente und optimistische Erwartungen. Ein geringerer Anteil optimistischer Erwartungen bei den Fremdenverkehrsbeiträgen ist darauf zurückzuführen, dass diese nur von einer geringeren Zahl von Kurorten erhoben werden (vgl. Variablen 64 und 65).





Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
2.1	130	Erwartungen: Anzahl der Gäste	● 100%
2.1	131	Erwartungen: Übernachtungen	● 100%
2.1	132	Erwartungen: Kuranwendungen	● 100%
2.1	133	Erwartungen: Kurbeiträge	● 97,1%
2.1	134	Erwartungen: Fremdenverkehrsbeiträge	● 82,9%



2.1) Wirtschaftliche Auswirkungen (Bemerkungen)

Fremdenverkehrsbeitrag wird nicht erhoben.

Kosten für Prädikat. waren erheblich hoch.

./. [Ort mit Heilquellen-Kurbetrieb]

Was sollte sich ändern? Wir sind seit 1949 „Nordseeheilbad“.

[Nordseeheilbad]

Es ist in den letzten Jahren gelungen, den Anteil an privaten Gästen - Gesundheitstourismus - im Zuge permanenter Qualitätsverbesserungen kontinuierlich zu steigern. Dadurch konnten Umsatzeinbrüche im Zuge der zahlreichen Gesundheitsreformen teilweise kompensiert werden.

[Ort mit Peloid-Kurbetrieb]

Kurbeiträge und Fremdenverkehrsbeiträge werden nicht erhoben.

Prädikatisierung hat keinen Einfluß auf Gästeverhalten, überwiegend Urlaubsgäste, sehr wenig Kuranwendungen (<2% am Gästeaufkommen)

Fremdenverkehrsbeiträge werden nicht erhoben. [Heilbad]

[Fremdenverkehrsbeiträge*]

*wird nicht erhoben. [Ort mit Peloid-Kurbetrieb]

Durch das Reprädikatisierungsverfahren wurden alle Akteure der Kurort- und Gesundheitswirtschaft (Politik / Verwaltung / Klinikum / Hotel- und Gaststättenbereich -> vertreten durch den örtlichen Kur- und Verkehrsverein und DeHoGa / Gewerbeverein / Fördervereine für Gradiewerke und Rosengarten / Ärzteschaft etc.) besonders sensibilisiert und dann auch motiviert.

Daher ist auch aufgrund entsprechender Investitionen mit einer positiven Entwicklung zu rechnen. [Heilbad]

Kuranwendungen: Rückgang der kassenärztlichen Bewilligungen

[Nordseebad]

Die Prädikatisierung ist einer vieler Gründe. Bedauerlich ist, dass die Anzahl der Kurgäste dramatisch sinkt. Es ist nicht gelungen, gute Präventionskonzepte für die Versicherten anzubieten.

Die Zusammenarbeit könnte verbessert werden.

Ohne Reprädikatisierung wäre mit großer Wahrscheinlichkeit ein Rückgang eingetreten. [Ort mit Sole-Kurbetrieb]

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
2.2	136-140	Auswirkungen auf Zielgruppen (Erwartungen)	95,7%

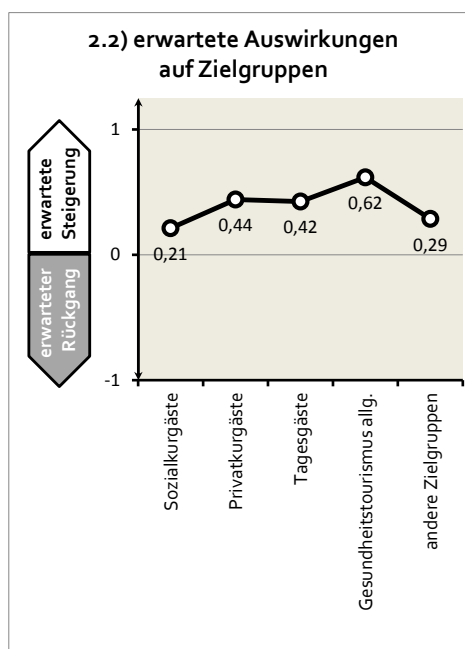
Auswirkungen auf Zielgruppen

Bei welchen Zielgruppen werden diese wirtschaftlichen Auswirkungen vor allem zu beobachten sein?

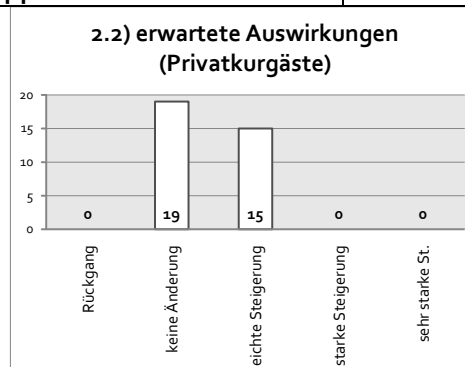
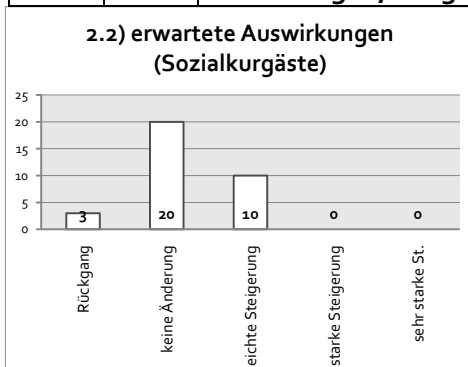
	Rückgang	keine Änderung	leichte Steigerung	starke Steigerung	sehr starke Steigerung
Kurgäste (sozial)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kurgäste (privat)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tagesgäste	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gesundheitstourismus allgemein	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
andere (bitte erläutern)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

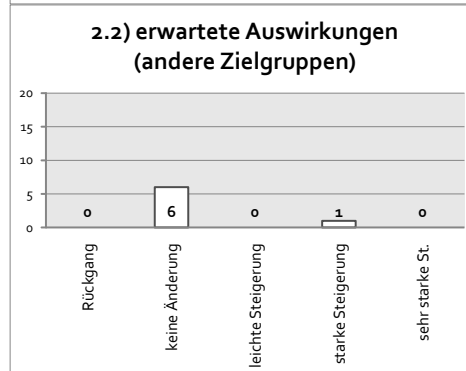
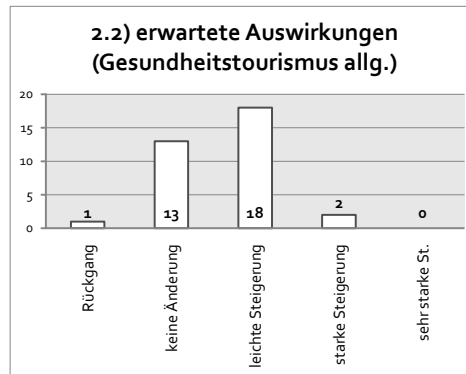
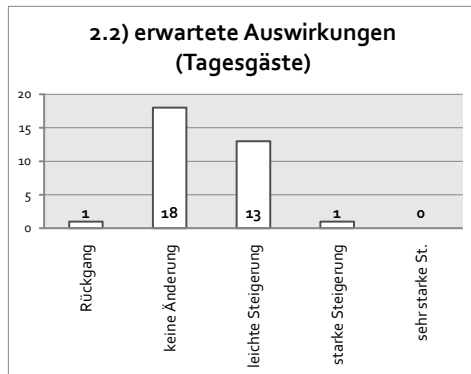
Gliedert man die mit der Reprädikatisierung verbundenen Erwartungen nach Zielgruppen, so zeigt sich ein insgesamt ebenfalls positives Bild.

Die vergleichsweise günstigsten Erwartungen werden in Bezug auf den privaten Gesundheitstourismus berichtet.



Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
2.2	136	Erwartungen, Zielgruppen: Sozialkurgäste	94,3%
2.2	137	Erwartungen, Zielgruppen: Privatkurgäste	97,1%
2.2	138	Erwartungen, Zielgruppen: Tagesgäste	94,3%
2.2	139	Erwartungen, Zielgruppen: Gesundheitstourismus allgemein	97,1%
2.2	140	Erwartungen, Zielgruppen: andere	20,0%





2.2) Auswirkungen auf Zielgruppen (Bemerkungen)

[starke Steigerung:] Nischenprodukt Thalasso

./ [Ort mit Heilquellen-Kurbetrieb]

Schließung der einzigen Rehabilitationsklinik zum 01.06.2011. Deshalb keine Auswirkungen auf Kurgäste (stationär) meßbar. [Luftkurort]

Keine Änderung meint, dass die Talsohle erreicht ist und noch keine Besserung in Sicht ist.

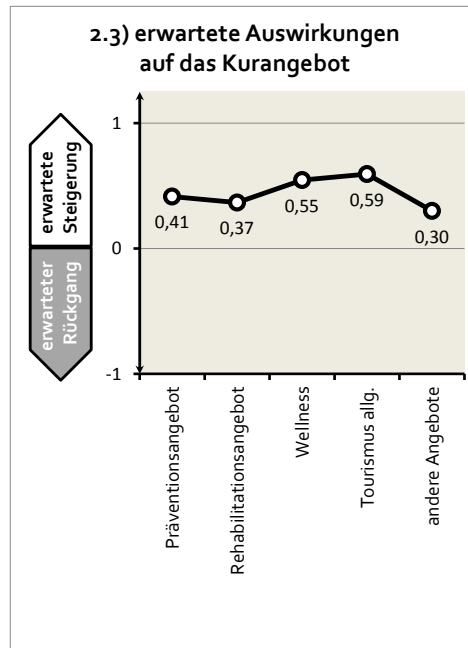
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
2.3	142-146	Auswirkungen auf das Kurangebot (Erwartungen)	● 88,5%

Auswirkungen auf das Kurangebot

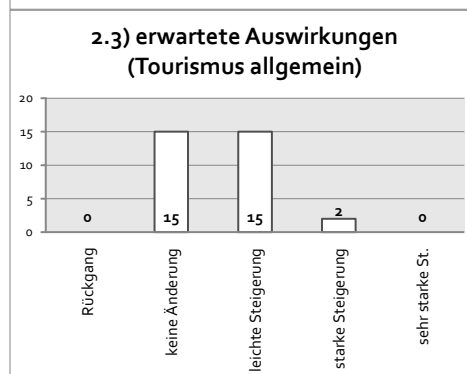
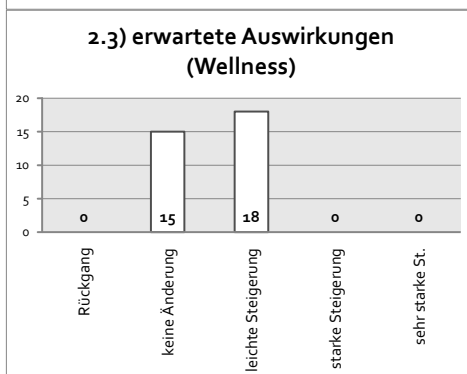
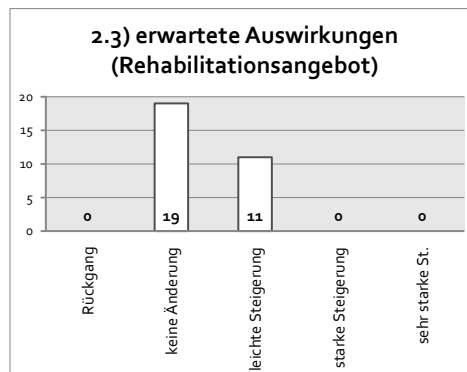
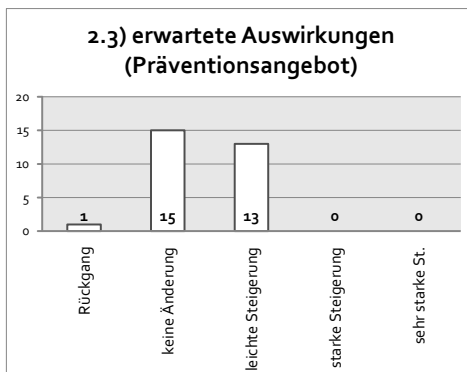
Bei welchen Angeboten des Kurortes werden die zahlenmäßigen Auswirkungen deutlich?

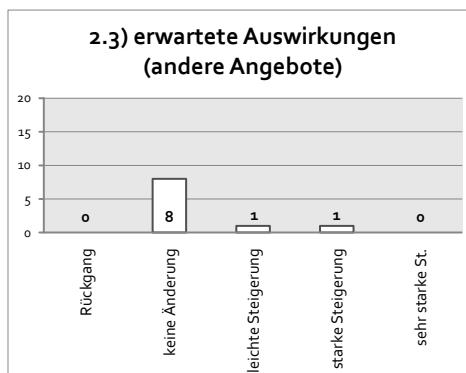
	Rückgang	keine Änderung	leichte Steigerung	starke Steigerung	sehr starke Steigerung
Präventionsangebot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rehabilitationsangebot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wellness	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tourismus allgemein	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
andere (bitte erläutern)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ein ähnliches Bild zeigt sich bei den Erwartungen hinsichtlich der verschiedenen Angebotssparten: die positiven Erwartungen beziehen sich vor allem auf jene Angebote, die von privaten Kurgästen nachgefragt werden.



Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
2.3	142	Erwartungen, Kurangebot: Prävention	82,9%
2.3	143	Erwartungen, Kurangebot: Rehabilitation	85,7%
2.3	144	Erwartungen, Kurangebot: Wellness	94,3%
2.3	145	Erwartungen, Kurangebot: Tourismus allg.	91,4%
2.3	146	Erwartungen, Kurangebot: andere	28,6%





2.3) Auswirkungen auf das Kurangebot (Bemerkungen)

Siehe 2.2. [Nischenprodukt Thalasso] wegen Spezialisierung

./ [Ort mit Heilquellen-Kurbetrieb]

Prädikat hat kaum Auswirkungen auf touristische Nachfrage. [Nordseeheilbad]

Nach Schließung des Gesundheitszentrums (Kurmittelhaus) zum 31.12.2010 und Schließung der einzigen Rehabilitationsklinik zum 01.06.2011 sind keine Angaben zu zahlenmäßigen Auswirkungen auf das Präventionsangebot und das Rehabilitationsangebot möglich. Angaben aus ambulanten, privaten Praxen liegen nicht vor. [Luftkurort]

Derzeit wird in eine neue Gesundheitstherme (18,5 Mio. €) investiert. Hierdurch erwarten wir ab Inbetriebnahme (Mitte 2013) einen weiteren Schub an ÜN'en und zusätzlichen Tagesgästen (gerade die Tagesgäste nutzen nicht nur das Thermen-Angebot, sondern viele andere kurortrelevante Dienstleistungen). [Heilbad]

[Rehabilitationsangebot*]

* Kuranwendungen: Rückgang der kassenärztlichen Bewilligungen [Nordseebad]

Die Präventionsangebote werden bisher nur zaghaft angenommen. Grundsätzlich entwickeln sich die Zahlen im Kurort aber positiv.



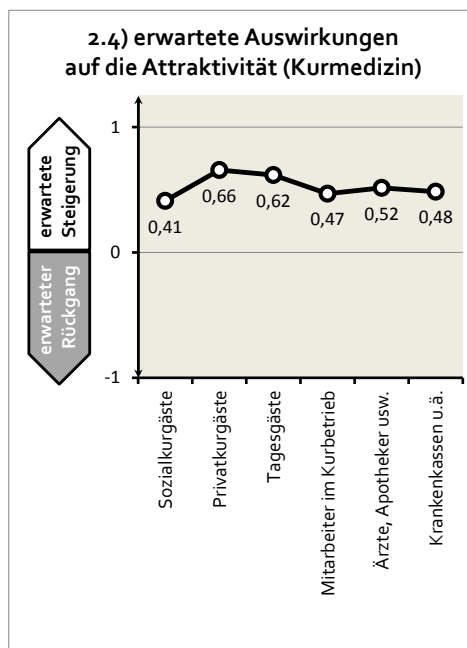
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
2.4	148-153	Auswirkungen auf die Attraktivität (Erwartungen, Kurmedizin)	95,7%

Attraktivität

Wie wird sich die Reprädikatisierung nach Ihrer Einschätzung auf die Attraktivität Ihres Kurortes bei verschiedenen Zielgruppen auswirken?

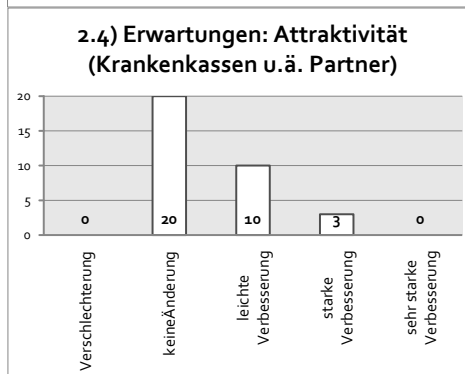
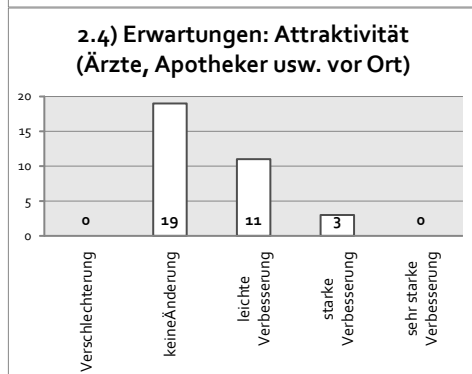
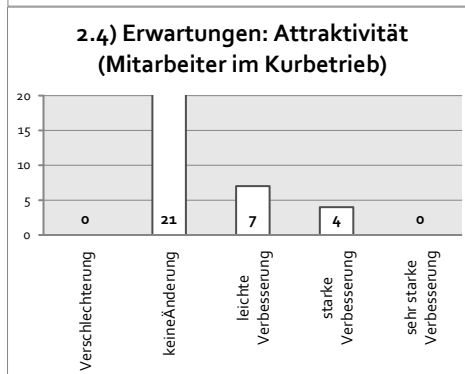
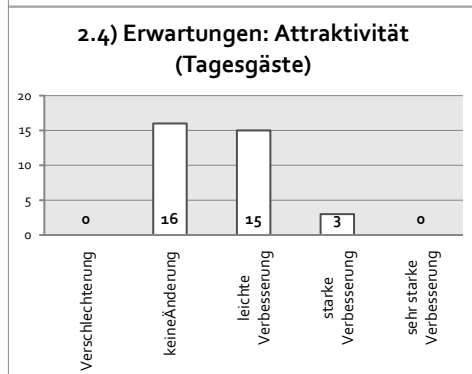
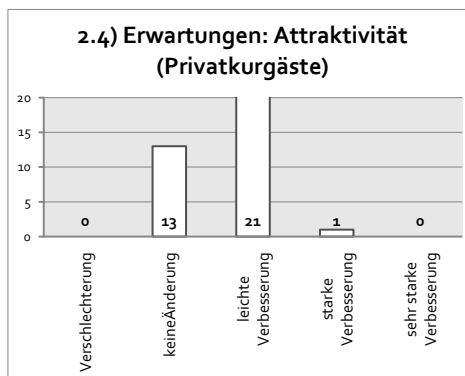
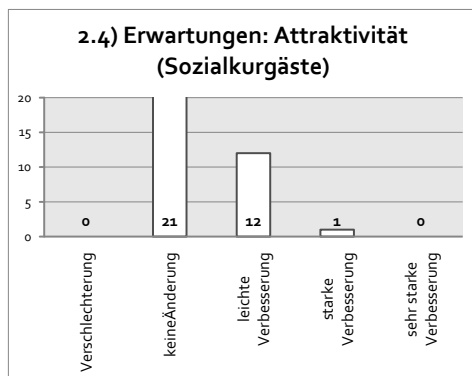
	Ver-schlechterung	keine Änderung	leichte Verbesserung	starke Ver-besserung	sehr starke Verbesserung
Kurgäste (sozial)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kurgäste (privat)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tagesgäste	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mitarbeiter im Kurbetrieb	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ärzte, Apotheker usw. vor Ort	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Krankenkassen u.ä. Partner	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Fragt man nach erwarteten Attraktivitätssteigerungen durch die Reprädikatisierung, so stehen auch hier die privaten beziehungsweise Tageskurgäste an erster Stelle unter den kurmedizinischen Zielgruppen.





Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
2.4	148	Erwartungen, Attraktivität: Sozialkurgäste	97,1%
2.4	149	Erwartungen, Attraktivität: Privatkurgäste	100%
2.4	150	Erwartungen, Attraktivität: Tagesgäste	97,1%
2.4	151	Erwartungen, Attraktivität: Mitarbeiter	91,4%
2.4	152	Erwartungen, Attraktivität: Ärzte, Apotheker	94,3%
2.4	153	Erwartungen, Attraktivität: Krankenkassen	94,3%

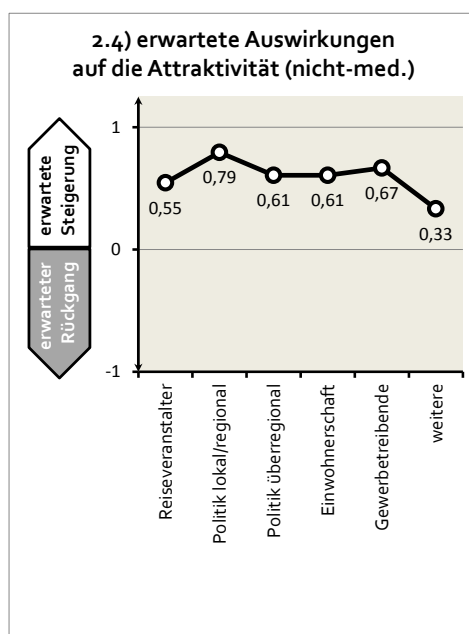




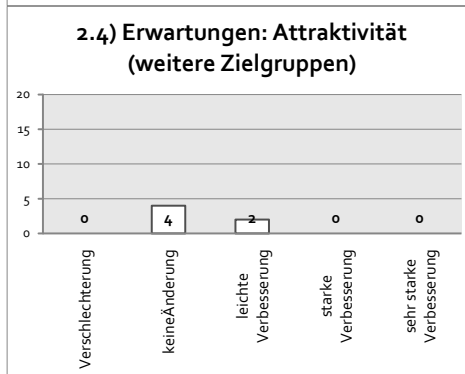
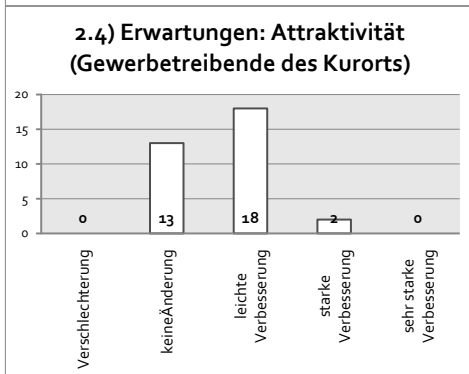
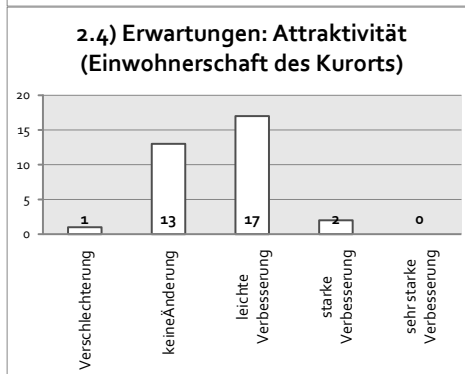
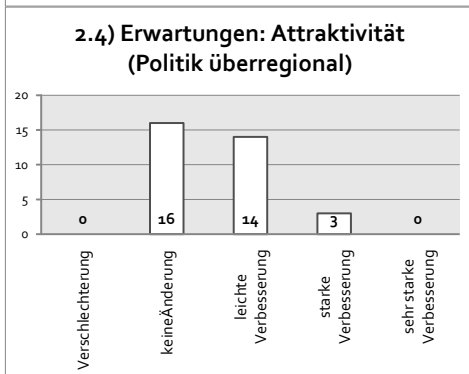
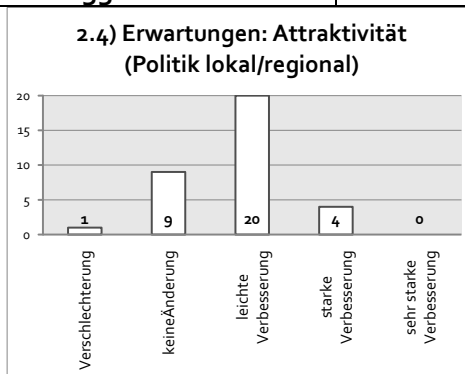
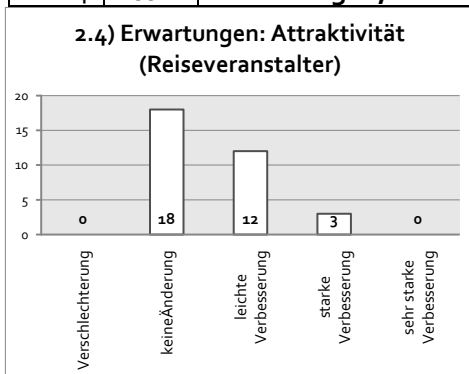
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
2.4	148-153	Auswirkungen auf die Attraktivität (Erwartungen, nicht-medizinisch)	94,9%

Reiseveranstalter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Politik (lokal/regional)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Politik (überregional)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Einwohnerschaft des Kurorts	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gewerbetreibende des Kurorts	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ggf. weitere (bitte erläutern)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Stellt man die gleiche Frage bei den nicht-medizinischen Zielgruppen, so erreicht die Gruppe der Entscheider in der lokalen oder regionalen Politik sogar noch höhere Werte.



Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
2.4	154	Erwartungen, Attraktivität: Reiseveranstalter	94,3%
2.4	155	Erwartungen, Attraktivität: Politik lokal/reg.	97,1%
2.4	156	Erwartungen, Attraktivität: Politik überreg.	94,3%
2.4	157	Erwartungen, Attraktivität: Einwohnerschaft	94,3%
2.4	158	Erwartungen, Attraktivität: Gewerbetreibende	94,3%
2.4	159	Erwartungen, Attraktivität: ggf. weitere	17,1%



2.4) Attraktivität (Bemerkungen)

./.. [Ort mit Heilquellen-Kurbetrieb]

Verbesserungen werden insbesondere deshalb erwartet, weil die „Spreu vom Weizen“ unter den Anbietern getrennt wurde. [Ort mit Peloid-Kurbetrieb]

Auswirkungen nur auf ambulante Kuren bezogen. [Ort mit Peloid-Kurbetrieb]

Die Reprädikatisierung hat zur Verbesserung diverser Prozesse geführt, aber sonst keine Auswirkungen gehabt. Es war aber der Grund für den Bau einer Entlastungsstraße.

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
2.5 a	161	Organisationsentwicklung	● 100%

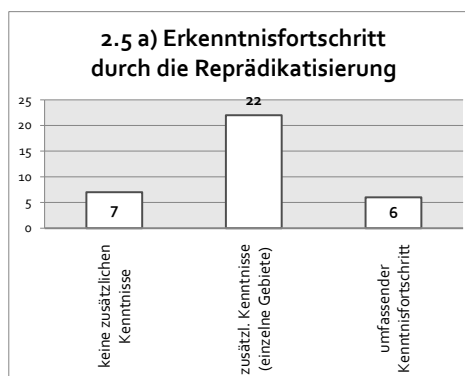
Organisationsentwicklung

Haben Sie bzw. andere Verantwortliche für den Kurbetrieb Ihres Ortes im Verlauf der Reprädikatisierung zusätzliche Kenntnisse gewonnen?

a) Die Reprädikatisierung hat im Kurort...

- ... keine zusätzlichen Kenntnisse vermittelt.
- ... zusätzliche Kenntnisse auf einzelnen Gebieten erbracht.
- ... einen umfassenden Kenntnisfortschritt bewirkt.

Eine große Mehrheit von 80 % der Kurorte berichtet von einem Erkenntnisfortschritt durch das Projekt „Reprädikatisierung“ (17 Kurorte), 17 % (6 Kurorte) sogar von einem umfassenden Erkenntnisfortschritt. Diese Frage ist zudem von 100 % der Rücksender beantwortet worden.

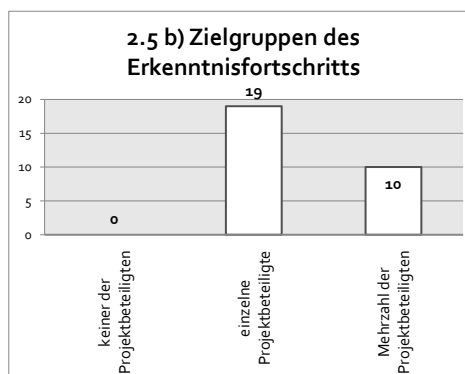


Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
2.5 b	162	Organisationsentwicklung	● 82,9%

b) Eine Vermittlung zusätzlicher Kenntnisse wirkte sich aus...

- ...für keinen der Projektbeteiligten im Kurort
- ...für einzelne Projektbeteiligte im Kurort
- ...für die Mehrzahl der Projektbeteiligten im Kurort

Frägt man danach, ob sich der Erkenntnisfortschritt durch die Reprädikatisierung nur auf einzelne Gruppen oder auf alle Projektbeteiligte erstreckt, liegt das Verhältnis der Antworten in etwa bei 2 ZU 1.



2.5) Organisationsentwicklung (Bemerkungen)

./ [Ort mit Heilquellen-Kurbetrieb]

[2.5a:] (Luftqualität) [Heilbad]

Die Gutachten brachten neue Erkenntnisse. Diese wurden in einem Arbeitskreis aller am Gesundheitswesen Beteiligten erörtert.

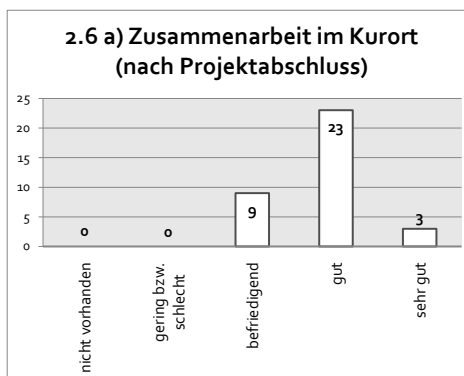
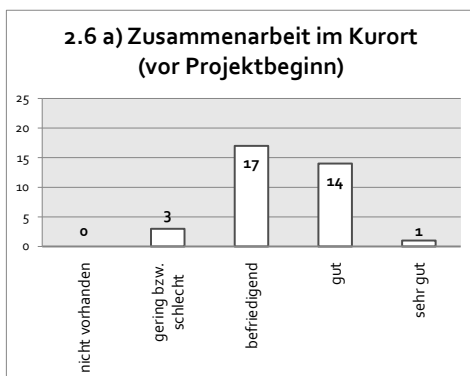


Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
2.6 a	164	Zusammenarbeit im Kurort (vor Proj.-Beginn)	● 100%
2.6 a	165	Zusammenarbeit im Kurort (nach Abschluss)	● 100%

a) Wie schätzen Sie die Zusammenarbeit der verschiedenen Akteure in Ihrem Kurort ein?
(Verwaltung, Politik, Gesundheit, Tourismus etc.)

	nicht vorhanden	gering bzw. schlecht	befriedigend	gut	sehr gut
... vor Projektbeginn der Reprädikatisierung?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... nach Abschluss der Reprädikatisierung?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Während die Zusammenarbeit der beteiligten Akteure in den Kurorten auch vor Beginn der Reprädikatisierung überwiegend als befriedigend oder gut bezeichnet wurde, zeigt der berichtete Zustand zum Zeitpunkt des Projektabschlusses eine deutliche Verbesserung.

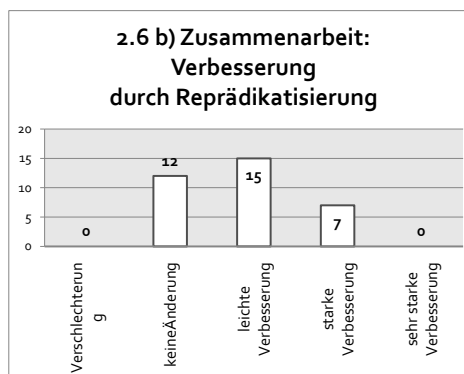


Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
2.6 b	166	Auswirkungen auf die Zusammenarbeit	● 97,1%

b) Wie hat sich das Projekt „Reprädikatisierung“ auf diese Zusammenarbeit ausgewirkt?

Ver-schlechterung	keine Änderung	leichte Verbesserung	starke Verbesserung	sehr starke Verbesserung
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Eine Mehrzahl von 22 der Kurorte führt die Veränderung in der Zusammenarbeit der Akteure ausdrücklich auf die Reprädikatisierung zurück; sieben Kurorte sehen hierin sogar eine starke Verbesserung.



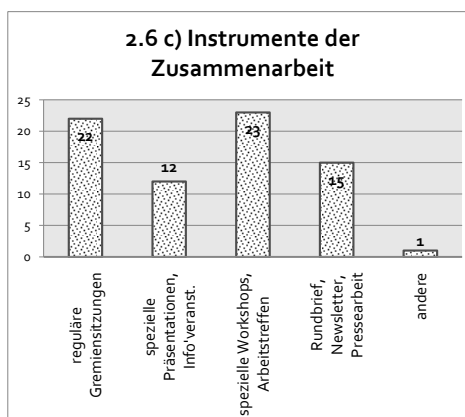
Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
2.6 c	167- 171	Instrumente der Zusammenarbeit	⊗ —

c) Welche Instrumente der Zusammenarbeit haben Sie im Zuge der Reprädikatisierung eingesetzt?

(Mehrfachnennung möglich)

- reguläre Gremiensitzungen
- spezielle Präsentationen, Informationsveranstaltungen
- spezielle Workshops / Arbeitstreffen mit aktiver Beteiligung
- Rundbrief / Newsletter / Pressearbeit
- andere (bitte erläutern)

Von den Instrumenten einer Zusammenarbeit der Akteure werden spezielle Workshops und Arbeitstreffen sowie reguläre Gremiensitzungen am häufigsten genannt (23 bzw. 22 Antworten). Gleichfalls ist festzustellen, dass keines der Instrumente von allen Kurorten gleichermaßen angewendet wird.



2.6) Zusammenarbeit im Kurort (Bemerkungen)

[spezielle Workshops / Arbeitstreffen mit aktiver Beteiligung]

Ist bei uns ein ständiger Prozess und wurde nicht wegen einer Reprädikatisierung ausgelöst!

./. [Ort mit Heilquellen-Kurbetrieb]

wurde intern erledigt [heilklimatischer Kurort]

Hauptamtliches und ehrenamtliches Engagement zielgerichtet zur Reprädikatisierung zusammengeführt. [Heilbad]

Themenbezogene Zusammenkünfte (z.B. Thema Sozial-Kurgäste. Besprechung mit Geschäftsleitung der Reha-Kliniken vor Ort) oder Badeärzte-Zusammenkünfte. [Ort mit Sole-Kurbetrieb]

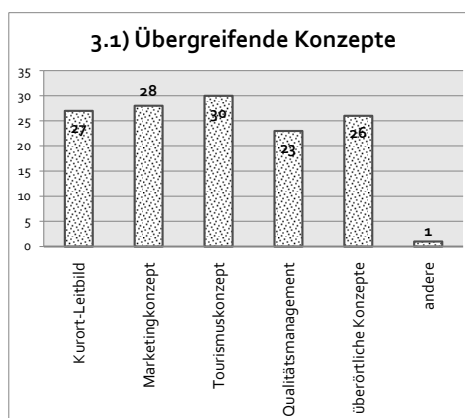
Abschnitt 3) Einbindung in die Qualitätsarbeit des Kurorts

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
3.1	173-178	Übergreifende Konzepte / Instrumente	88,6%

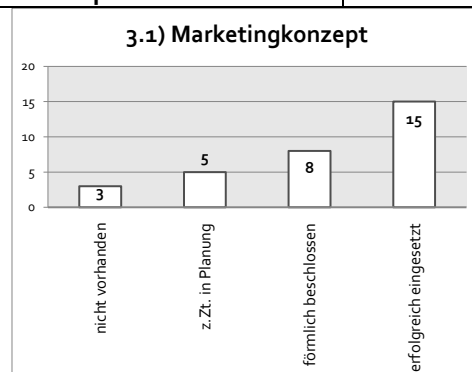
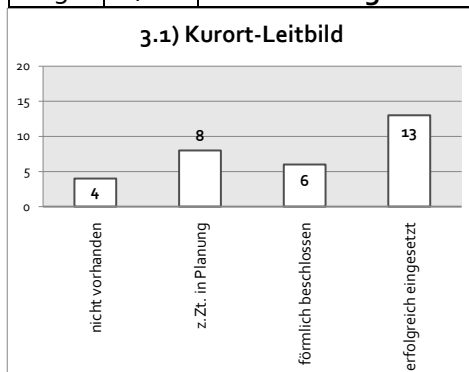
Inwieweit verfügt Ihr Kurort über die folgenden Instrumente?

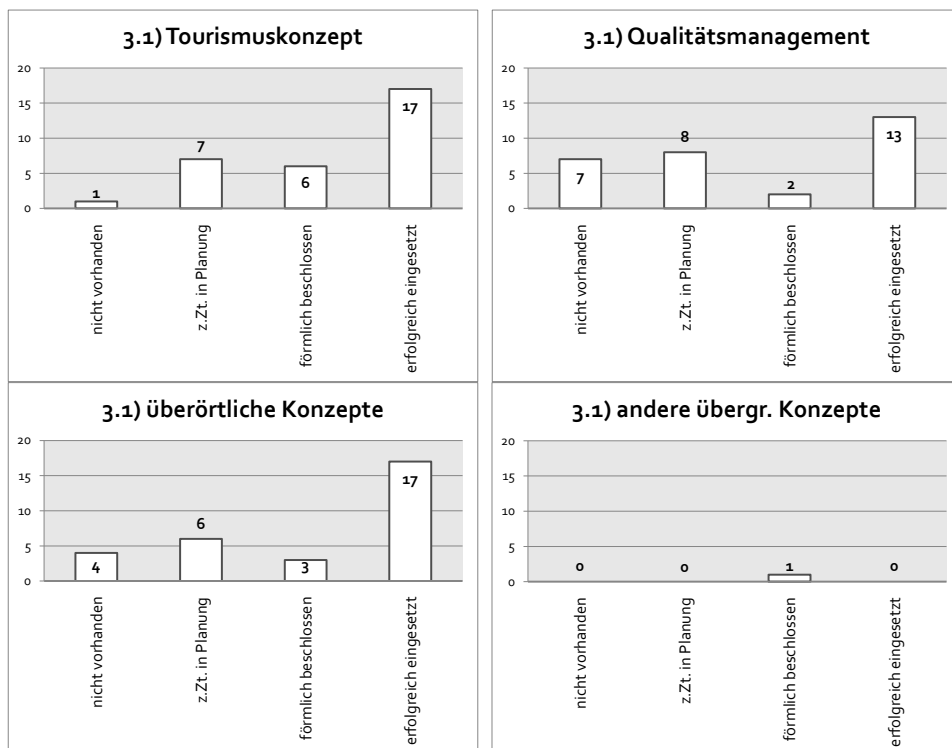
	nicht vorhanden	zur Zeit in Planung	förmlich beschlossen	erfolgreich eingesetzt
Kurort-Leitbild bzw. Entwicklungskonzept	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Marketingkonzept	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tourismuskonzept	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualitätsmanagement-Konzept	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Einbindung in überörtliche Konzepte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
andere (bitte erläutern)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Jeweils eine große Mehrzahl der Kurorte setzt übergreifende Konzepte bzw. Planungsinstrumente ein, um ihre Qualitätsarbeit in einen größeren Zusammenhang zu stellen. Unterschiede bestehen darin, wie weit diese Konzepte auch tatsächlich umgesetzt werden.



Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
3.1	173	Kurort-Leitbild	88,6%
3.1	174	Marketingkonzept	88,6%
3.1	175	Tourismuskonzept	88,6%
3.1	176	Qualitätsmanagement	85,7%
3.1	177	überörtliche Konzepte	85,7%
3.1	178	andere übergreifende Konzepte	2,9%





3.1) Übergreifende Konzepte (Bemerkungen)

Die Instrumente sind aber auch hier als fortwährender Prozess zu verstehen, die immer wieder angepaßt, überarbeitet oder in Frage gestellt werden.

./ [Ort mit Heilquellen-Kurbetrieb]

Servicequalitätsinitiative „Q“! [Nordseeheilbad]

[Entwicklungskonzept förmlich beschlossen:] ISEK

Masterplan Nordsee 2015 [ein Nordseebad]

Unter der Einbindung in überörtliche Konzepte verstehen wir auch die Zusammenarbeit mit dem nds. Heilbäderverband und dem Harzer Tourismusverband. [Ort mit Sole-Kurbetrieb]

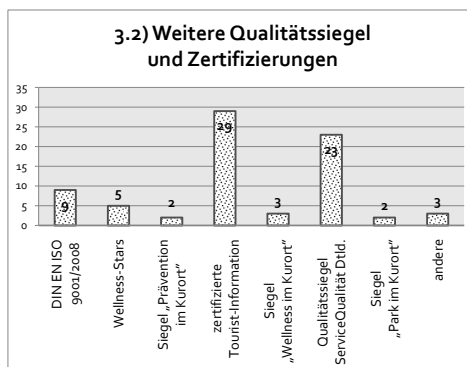
Das Stadtleitbild (beschlossen 2011) ist umfassend auch dem Tourismus gewidmet. [Kneipp-Heilbad]

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
3.2	180	Weitere Qualitätssiegel und Zertifizierungen	⊗ —

Über welche weiteren Auszeichnungen verfügt Ihr Kurort? (Mehrfachnennung möglich)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> DIN EN ISO 9001/2008 | <input type="checkbox"/> Wellness-Stars |
| <input type="checkbox"/> Siegel „Prävention im Kurort“ | <input type="checkbox"/> zertifizierte Tourist-Information |
| <input type="checkbox"/> Siegel „Wellness im Kurort“ | <input type="checkbox"/> Qualitätssiegel ServiceQualität Deutschland / Niedersachsen |
| <input type="checkbox"/> Siegel „Park im Kurort“ | <input type="checkbox"/> andere (bitte erläutern) |

Unter den weiteren eingesetzten Instrumenten der Qualitätsarbeit liegen die Zertifizierung der Tourist-Information und das Siegel Servicequalität Niedersachsen auf den ersten beiden Plätzen (82,9% bzw. 65,7%). Darüber hinaus werden weitere Qualitätssiegel und Zertifizierungen nur vereinzelt eingesetzt.



3.2) Weitere Qualitätssiegel und Zertifizierungen (Bemerkungen)

[Qualitätssiegel ServiceQualität Deutschland] Stufe II

./. [Ort mit Heilquellen-Kurbetrieb]

Im Jahr 2011 wurde eine Tourist-Information eingerichtet. Für das Jahr 2012 ist eine Zertifizierung geplant. [Ort mit Peloid-Kurbetrieb]

Zertifikat klinisches osteologisches Schwerpunktzentrum DVO [Heilbad]

* EQR

* RAL-Gütesiegel

* MAAS-Bgw [Ort mit Peloid-Kurbetrieb]

Alle 7 örtl. Kliniken (öff. Trägerschaft = 2 (DRV)

private Trägerschaft = 4

Stiftungsträgerschaft = 1)

sind nach DIN EN ISO 9001/2008 zertifiziert. [Heilbad]

- DEGEMED [Nordseebad]

*Nach Fertigstellung der Attraktivierung des Kurzentrums wird die ISO-Zertifizierung angestrebt.

Einstieg ist erfolgt.

Qualitätssiegel „Kultur-Harz“ des Harzer Tourismusverbandes

[Ort mit Sole-Kurbetrieb]

Degemed, VDQK, KTQ und DGPR

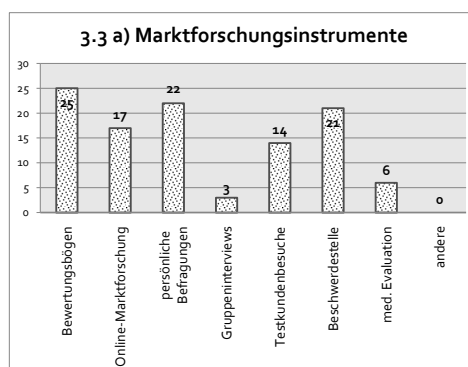
DIN EN ISO 9001:2000 [Kneipp-Heilbad]

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
3.3 a	189-196	Marktforschungsinstrumente	⊗ —

a) Welche Marktforschungsinstrumente werden in Ihrem Kurort regelmäßig eingesetzt?
(Mehrfachnennung möglich)

- Bewertungsbögen / schriftliche Zufriedenheitsbefragungen
- Online-Marktforschung, Bewertungsmöglichkeit im Internet-Auftritt des Kurorts
- persönliche Befragungen
- Gruppeninterviews, Workshops, Fokusgruppen
- Testkundenbesuche oder -anrufe (Blindtests, Mystery Clients)
- Beschwerdestelle, z.B. Kunden- oder Kurgasttelefon
- medizinische Evaluation
- andere (bitte nachfolgend erläutern)

Eine große Vielfalt zeigt sich auch bei den in den Kurorten eingesetzten Marktforschungsinstrumenten, wobei Bewertungsbögen für Kurgäste (71,4%), persönliche Befragungen (62,9%), und Beschwerdestellen (60,0%) die vorderen Ränge einnehmen.

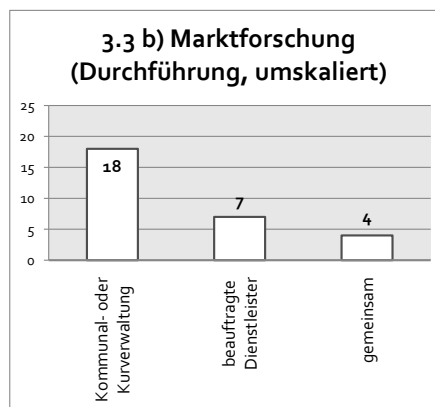
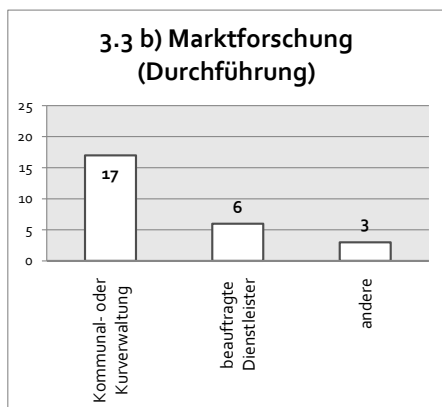


Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
3.3 b	197	Marktforschung (Durchführung)	● 74,3%
3.3 b	197a	Marktforschung (Durchführung, umskaliert)	● 82,9%

b) Wer ist für die Durchführung dieser Maßnahmen in erster Linie verantwortlich?

- Kommunal-/Kurverwaltung
- beauftragte Dienstleister (Unternehmensberatung, Marktforschungsinstitut o.ä.)
- andere (bitte erläutern)

Zu der Frage, wer vorwiegend mit der Durchführung der Marktforschung im Kurort betraut sei, sah der Fragebogen keine Auswahlalternative für eine gleichmäßige Verteilung der Verantwortlichkeiten vor. Einige Befragte brachten dies jedoch in ihren handschriftlichen Bemerkungen zum Ausdruck. Unter Berücksichtigung dieser Anmerkungen (Umskalierung) ergab sich ein nur geringfügig anderes Bild: 62 % der Antworten sehen die Zuständigkeit bei der Kommunal- oder Kurverwaltung.



3.3) Marktforschung (Bemerkungen)

[Online-Marktforschung:] (in Arbeit => Wellness-Barometer)

Tourismus marketing gmbh

S. 1.1! [Zuständigkeit Reprädikatisierung; Kur- Tourismus- und Wirtschaftsbetriebe GmbH, Ort mit Heilquellen-Kurbetrieb]

[angekreuzt: Kommunal-/Kurverwaltung und beauftragte Dienstleister]

[angekreuzt: Kommunal-/Kurverwaltung und beauftragte Dienstleister, Ort mit Peloid-Kurbetrieb]

Komm. GmbH [Ort mit Sole-Kurbetrieb]

inkl. Bad Pyrmont Tourismus GmbH [Heilbad]

s.o. = Kliniken

und über TOL (Tourismusverband Osn. Land, hier speziell die AG Vitalbäder = die 4 Kurorte im Osn. Land) [Heilbad]

[Online-Marktforschung:] Externe Marktforschungsunternehmen

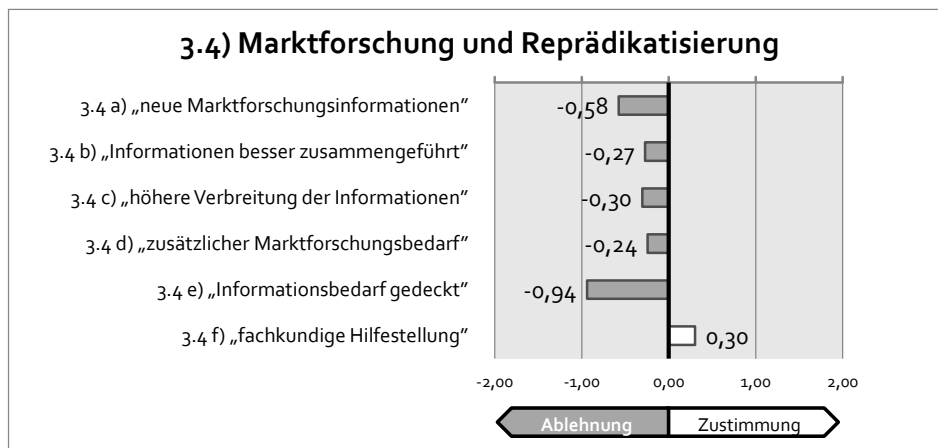
[medizinische Evaluation:] Externe QM-Maßnahmen in der Kurklinik Norddeich [Nordseebad]

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
3.4 a-f	199- 204	Marktforschung und Reprädikatisierung (Aussagen)	94,3%

Bitte kreuzen Sie zu den folgenden Aussagen den Grad Ihrer Ablehnung oder Zustimmung an:

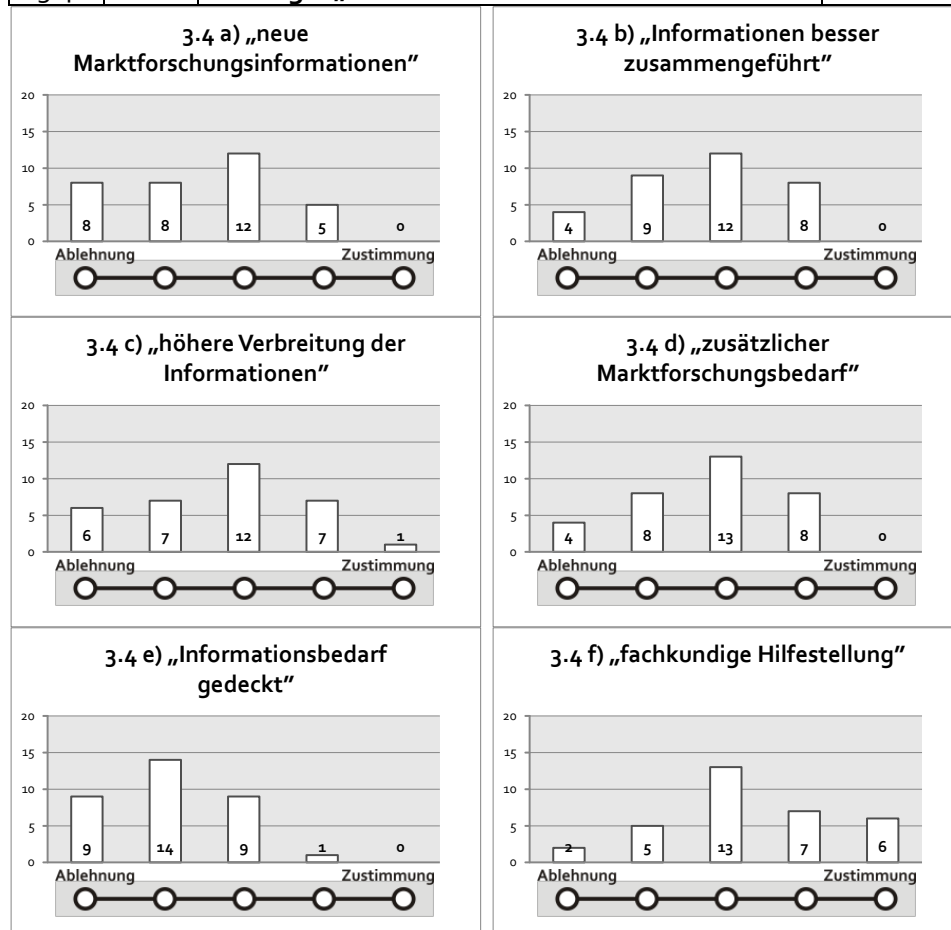
- a) „Im Verlauf der Reprädikatisierung haben wir wertvolle neue Marktforschungsinformationen zusammengetragen.“
- b) „Durch die Reprädikatisierung sind bereits vorhandene Marktforschungsinformationen besser zusammengeführt worden.“
- c) „Durch die Reprädikatisierung haben Marktforschungsinformationen im Kurort höhere Verbreitung bzw. Bekanntheit erlangt.“
- d) „Die Reprädikatisierung hat uns zusätzlichen Marktforschungsbedarf in einzelnen Bereichen deutlich vor Augen geführt.“
- e) „Durch die Reprädikatisierung ist der Bedarf an Marktforschungsinformationen für unseren Kurort vollständig gedeckt worden.“
- f) „Auch in Zukunft würden wir uns für unseren Kurort fachkundige Hilfestellung für unsere Marktforschung wünschen.“

Zu den angebotenen Aussagen über einen Zusammenhang zwischen der Reprädikatisierung und der vom Kurort betriebenen Marktforschung haben sich die Befragten überwiegend ablehnend geäußert (a-d). Aussagen über einen Bedarf an weiterer Marktforschung (e, f) wurden jedoch in dem Sinne bewertet, dass zusätzliche Informationen beziehungsweise Hilfestellung auch über die Ergebnisse der Reprädikatisierung hinaus von einzelnen Kurorten positiv gesehen werden.



Die breite Streuung über die Antwortalternativen hinweg zeigt ein vergleichsweise heterogenes Bild der Marktforschungsaktivitäten in den Kurorten:

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
3.4 a	199	Aussage: „Im Verlauf der Reprädik. ...“	94,3%
3.4 b	200	Aussage: „Durch die Reprädik. sind...“	94,3%
3.4 c	201	Aussage: „Durch die Reprädik. haben...“	94,3%
3.4 d	202	Aussage: „Die Reprädikatisierung hat uns ...“	94,3%
3.4 e	203	Aussage: „Durch die Reprädikatisierung ist..“	94,3%
3.4 f	204	Aussage: „Auch in Zukunft...“	94,3%



3.4) Marktforschung und Reprädikatisierung (Bemerkungen)

./. [Bad Harzburg]

Problem generell: Kosten! [Bad Rothenfelde]

Eine große Hilfestellung war die Vergleichende Kurortanalyse. Bei der Reprädikatisierung haben wir darauf zurückgegriffen.

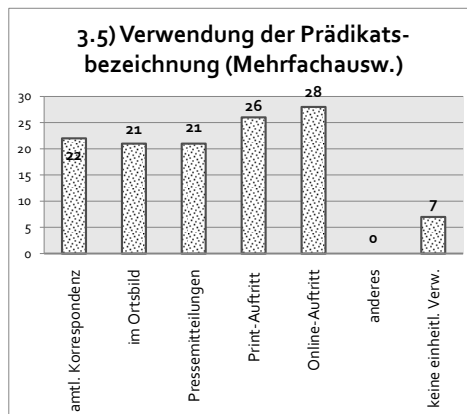


Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
3.5	206-212	Verwendung der Prädikatsbezeichnung	⊗ —

In welcher Weise verwendet Ihr Kurort die erteilte Prädikatsbezeichnung* in der Außendarstellung?
 *(z.B. die vollständige Wortfolge „Heilklimatischer Kurort“, oder das Entsprechende — Mehrfachnennung möglich)

in der amtlichen Korrespondenz im Ortsbild (z.B. Aushänge, Ortsschilder)
 in Pressemitteilungen im werblichen Auftritt (Print)
 im werblichen Auftritt (online) anderes (bitte nachfolgend erläutern)
 keine einheitliche Verwendung der Prädikatsbezeichnung

Die Antworten zur Verwendung der Prädikatsbezeichnung durch die Kurorte zeigen eine hohe Verbreitung, jedoch auch weiterhin ungenutzte Möglichkeiten.

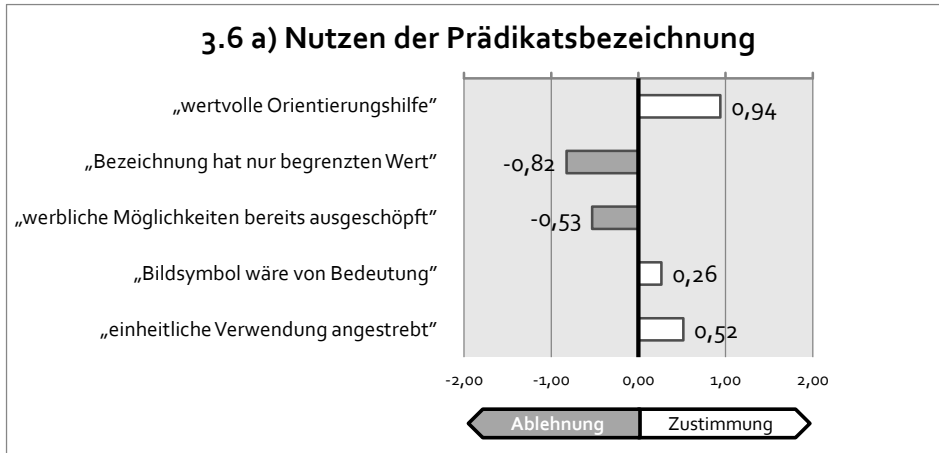


Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
3.6 a-e	213-217	Nutzen der Prädikatsbezeichnung (Aussagen)	● 97,1%

Bitte kreuzen Sie zu den folgenden Aussagen den Grad Ihrer Ablehnung oder Zustimmung an:

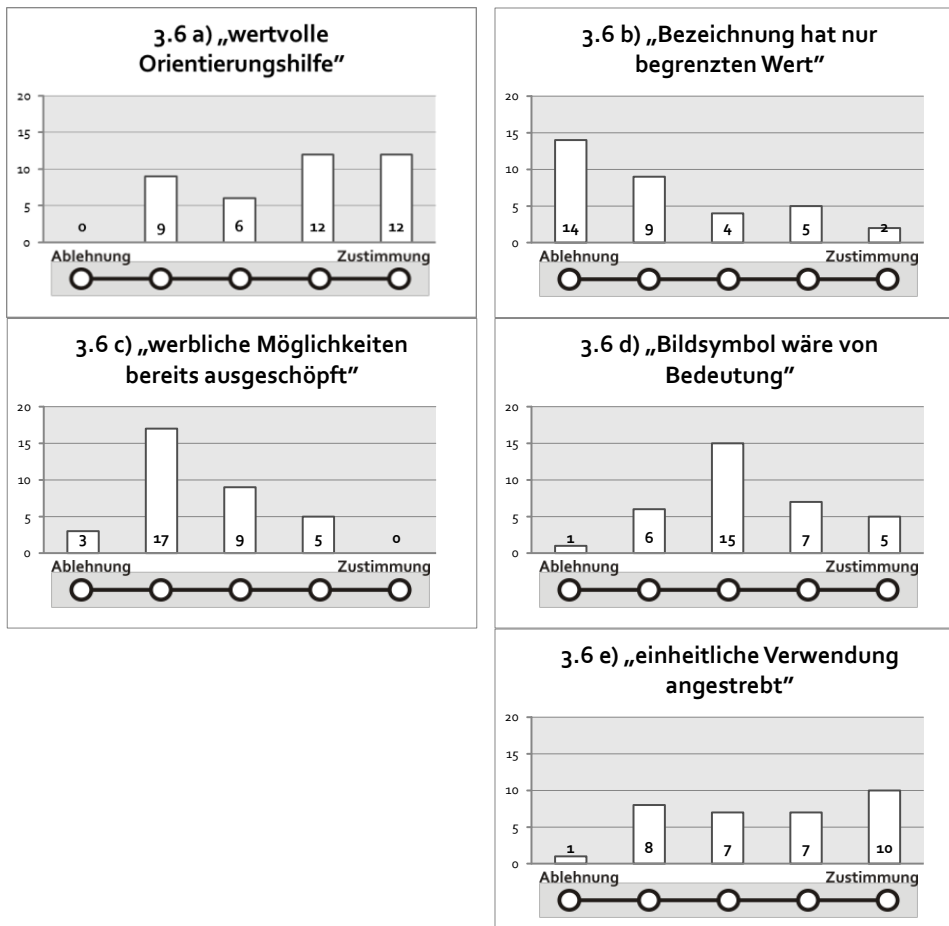
- a) „Die Prädikatsbezeichnung ist eine wertvolle Orientierungshilfe für unsere Kurgäste.“
- b) „Die Prädikatsbezeichnung hat nur einen sehr begrenzten Wert für die Außendarstellung des Kurorts.“
- c) „Die werblichen Möglichkeiten der Prädikatsbezeichnung sind für unseren Kurort bereits vollständig ausgeschöpft.“
- d) „Ein Bildsymbol für das Prädikat unseres Kurorts wäre für die Außendarstellung von entscheidender Bedeutung.“
- e) „Unser Kurort strebt eine einheitliche Verwendung der Prädikatsbezeichnung in der Außendarstellung an.“

Auch die Bewertung von Aussagen über den Nutzen der Prädikatsbezeichnung macht deutlich, dass hierin noch Entwicklungsmöglichkeiten liegen: Die Befragten sehen einerseits den möglichen Nutzen der Prädikatsbezeichnung für die Kommunikation der Kurorte, andererseits eine noch nicht vollständige Umsetzung.



Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
3.6 a	213	Aussage: „Die Prädikatsbez. ist ...“	97,1%
3.6 b	214	Aussage: „Die Prädikatsbezeichnung hat...“	97,1%
3.6 c	215	Aussage: „Die werblichen Möglichkeiten ...“	97,1%
3.6 d	216	Aussage: „Ein Bildsymbol ...“	97,1%
3.6 e	217	Aussage: „Unser Kurort strebt ...“	94,3%

Wiederum zeigt sich eine größere Streuung der Antworten über die Alternativen hinweg.



3.6) Nutzen der Prädikatsbezeichnung (Bemerkungen)

[zu 3.5] keine einheitliche Verwendung der Prädikatsbezeichnung im Marketing

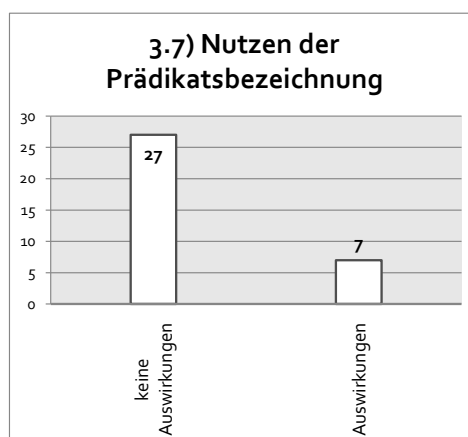
Das Prädikat „Nordseebad“ verwenden wir immer und überall. Was damit verbunden ist, steht aber noch im Hintergrund. Das wollen wir verbessern.

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
3.7	219	Nutzen der Prädikatsbezeichnung (Auswirkungen der Reprädikatisierung)	<input checked="" type="radio"/> 97,1%

Hat sich die Reprädikatisierung 2005-2010 auf die Art und Weise ausgewirkt, wie Ihr Kurort die Prädikatsbezeichnung für die Außendarstellung nutzt?

nein, sie hat sich nicht ausgewirkt ja, sie hat sich ausgewirkt (bitte erläutern)

Nur eine Minderheit der Befragten gab an, dass die Reprädikatisierung selbst Einfluss auf die Art und Weise gehabt habe, wie der Kurort seine Prädikatsbezeichnung für die Kommunikation nutzbar macht (20,0%).



3.7) Nutzen der Prädikatsbezeichnung (Bemerkungen)

Die Bedeutung des Prädikates rückt wieder in den Vordergrund. Qualität & Bedeutung des Ortes im Gesundheitstourismus werden herausgestellt.

Die Reprädikatisierung hat an der Art und Weise der Außendarstellung nichts verändert! [Ort mit Heilquellen-Kurbetrieb]

Das Heilbad Bad Salzdetfurth verfügte bereits in der Vergangenheit über eine „Doppelprädikatisierung“ und hat diesen Aspekt auch in Vorzeiten für die Außendarstellung genutzt. [Ort mit Peloid-Kurbetrieb]

Projekte werden gezielt beworben.

Ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess ist in Gang gekommen auf kommunaler Ebene

Schulungen der Mitarbeiter vieler örtlicher Unternehmen (Servicequalität) [Heilbad]

Mit dem Status staatlich anerkannter Luft- und Kneipp-Kurort wurde bereits in den Vorjahren eine verstärkte Außendarstellung betrieben.

[Kneipp-Heilbad]

Die neue Prädikatisierung hat dazu beigetragen Bad Bentheim aus dem

Blickwinkel des Gastes als Gesundheitsstandort kompetenter erscheinen zu lassen, weg vom allgemein „etwas angestaubten“ Kurortimage.

[Ort mit Peloid-Kurbetrieb]

- u.a. in der Darstellung des Werbeslogans auf allen Ebenen

[Nordseebad]

Abschnitt 4) Zur Arbeit der Serviceagentur Bäderland Niedersachsen

Meßansatz. Um die Zufriedenheit der Befragten mit der Arbeit der Serviceagentur Bäderland Niedersachsen zu erheben, orientierte sich die Untersuchung an einem allgemein anerkannten Ansatz zur Beurteilung von Servicequalität, dem SERVQUAL-Modell. Dieses erhebt neben einer Gesamtzufriedenheit die Zufriedenheit in fünf Teildimensionen, mit deren Hilfe sich Qualität auch über Branchengrenzen hinweg beurteilen und vergleichen lässt. Für den vorliegenden Fall wurden diese Dimensionen definiert als:

- Sachkenntnis
- Projektdurchführung
- Verwendetes Material, äußere Erscheinung
- Entgegenkommen
- persönlicher Einsatz

Aussagen. Hierzu wurden den Befragten 15 Aussagen vorgelegt, von denen jeweils zwei positive und eine negative Aussage sich auf eine der Dimensionen bezog. Eine einheitliche und damit überzeugte Beurteilung in jeder der Dimensionen zeigt sich in widerspruchsfreien Antworten zu diesen Aussagegruppen. Die Aussagen wurden im Fragebogen in zufälliger Reihenfolge angeordnet.

- L Die Serviceagentur Bäderland Niedersachsen (SBN) hat die Reprädikatisierung als sachverständige Stelle im Sinne von §3 Abs. 2 der Kurortverordnung begleitet. Im folgenden finden Sie zu dieser Tätigkeit einige *mögliche*, teils positive, teils negative Aussagen. Bitte kreuzen Sie hierzu den Grad Ihrer Zustimmung oder Ablehnung an:
- a) „Auf unsere besonderen Wünsche und Anregungen hat die SBN stets angemessen reagiert.“
- b) „Die SBN ist im Projekt ‚Reprädikatisierung‘ den Besonderheiten unseres Kurortes voll gerecht geworden.“
- c) „Die Internetpräsenz der SBN unterstützt die Zusammenarbeit in professioneller Weise.“
- d) „Die Reprädikatisierung unseres Kurortes wurde von der SBN mustergültig begleitet.“
- e) „Die SBN hat ihre eigenen Vorgaben schablonenhaft durchgesetzt.“
- f) „Andere Bundesländer verfügen über kompetentere Stellen als die SBN.“
- g) „Die Fachkenntnis der SBN wird von keiner anderen Stelle übertroffen.“
- h) „Im Projektmanagement der Reprädikatisierung durch die SBN gab es Schwachstellen.“
- i) „In Fachfragen zur Prädikatisierung von Kurorten würden wir uns immer zuerst an die SBN wenden.“
- j) „Im Auftreten der SBN haben wir mangelnde Professionalität beobachtet.“
- k) „Bei der SBN haben wir immer ein offenes Ohr für unsere Belange gefunden.“
- l) „Der von der SBN verfolgte Ansatz ist für unseren Kurort nicht geeignet.“
- m) „Dank der SBN verlief das Projekt ‚Reprädikatisierung‘ für unseren Kurort optimal.“
- n) „Die Checklisten der SBN haben ihren Zweck bei der Reprädikatisierung voll erfüllt.“
- o) „Die Mitarbeiter der SBN haben sich sehr für unseren Kurort eingesetzt.“

Schulnoten. Zusätzlich wurden die Befragten gebeten, für jede der fünf Dimensionen und für ihr Gesamturteil über die Arbeit der Serviceagentur jeweils eine Schulnote zu vergeben. Wie bei Schulnoten üblich, wird im folgenden zu den Notentabellen auch das arithmetische Mittel (Notendurchschnitt) in jeder Teilkategorie angegeben.

a) Bitte vergeben Sie – entsprechend Ihrer Zufriedenheit – zu den folgenden Merkmalen Teilnoten (Schulnoten) für die Arbeit der Serviceagentur Bäderland Niedersachsen (SBN):

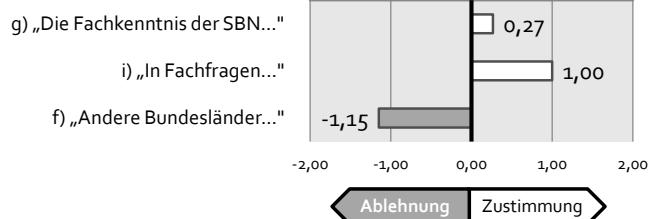
	ungenügend	mangelhaft	ausreichend	befriedigend	gut	sehr gut
Sachkenntnis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Projektdurchführung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
verwendetes Material, äußere Erscheinung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entgegenkommen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
persönlicher Einsatz	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Sachkenntnis	Projekt-durchführung	Verwendetes Mat., äußere Erscheinung	Entgegenkommen	persönlicher Einsatz	gesamt
1,82	2,15	2,09	1,94	1,74	2,03
Durchschnitt aller Teilnoten: 1,95					

Die Serviceagentur hat dabei in allen Teilkategorien gute bis sehr gute Noten erhalten. Auch die Einschätzung der angebotenen Aussagen weist deutliche und widerspruchsfreie Einschätzungen auf, die mit der guten Benotung im Einklang stehen.

4.1 g, i, f	227, 229, 226	Aussagen zur Arbeit der Serviceagentur: Sachkenntnis	86,7%
----------------	---------------------	---	-------

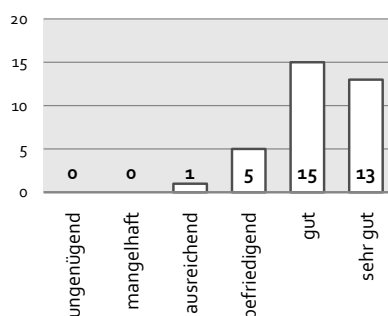
4.1) Sachkenntnis



Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
4.2 a	236	Zufriedenheit mit: Sachkenntnis	97,1%

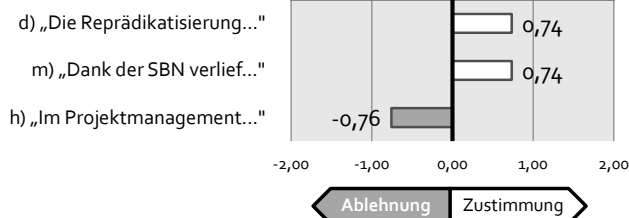
Durchschnittsnote: 1,82

Sachkenntnis



4.1 d, m, h	224, 233, 228	Aussagen zur Arbeit der Serviceagentur: Projektdurchführung	96,2%
----------------	---------------------	--	-------

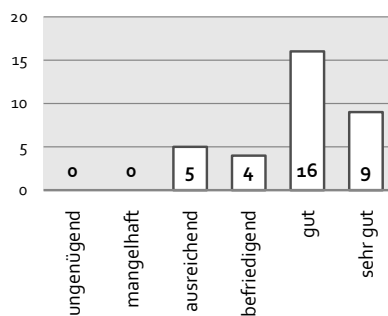
4.1) Projektdurchführung



Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
4.2 a	237	Zufriedenheit mit: Projektdurchführung	97,1%

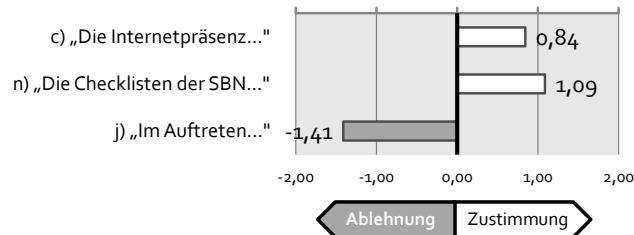
Durchschnittsnote: 2,15

Projektdurchführung



Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
4.1 c, n, j	223, 234, 230	Aussagen zur Arbeit der Serviceagentur: verwendetes Material, äußere Erscheinung	95,2%

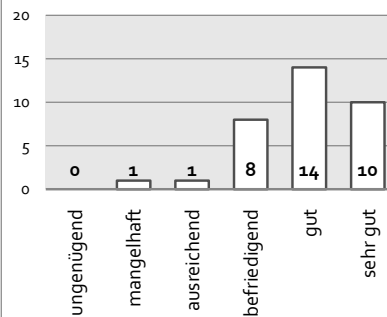
4.1) Material, Erscheinung



Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
4.2 a	238	Zufriedenheit mit: verwendetes Material, äußere Erscheinung	97,1%

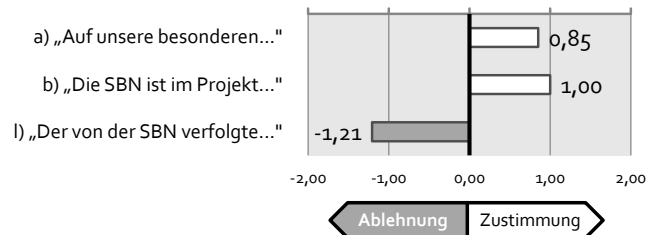
Durchschnittsnote: 2,09

Material, Erscheinung



Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
4.1 a, b, l	221, 222, 232	Aussagen zur Arbeit der Serviceagentur: Entgegenkommen	97,1%

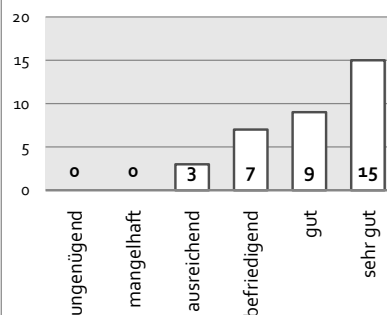
4.1) Entgegenkommen



Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
4.2 a	239	Zufriedenheit mit: Entgegenkommen	97,1%

Durchschnittsnote: 1,94

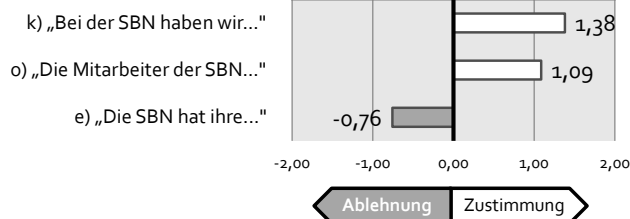
Entgegenkommen





Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
4.1 k, o, e	231, 235, 225	Aussagen zur Arbeit der Serviceagentur: persönlicher Einsatz	96,2%

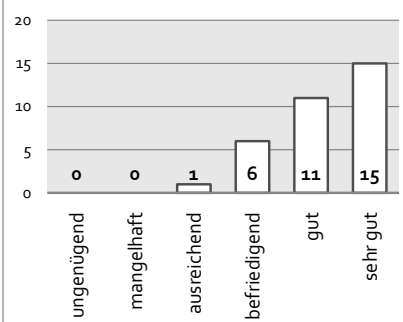
4.1) persönlicher Einsatz



Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
4.2 a	240	Zufriedenheit mit: persönlicher Einsatz	94,3%

Durchschnittsnote: 1,74

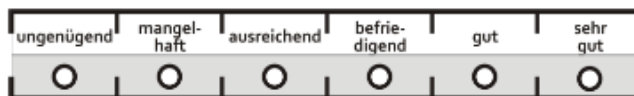
persönlicher Einsatz



Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
4.2 b	241	Zufriedenheit (Gesamtnote)	97,1%

b) Welche Gesamtnote vergeben Sie – entsprechend Ihrer Zufriedenheit – für die Arbeit der SBN?

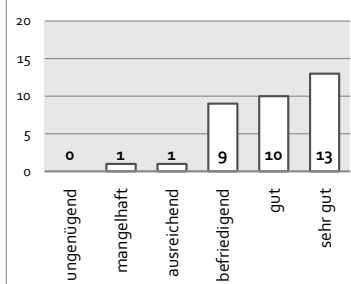
Gesamtnote (Schulnote)



Durchschnittsnote: 2,03

Durchschnitt aller Teilnoten: 1,95

Gesamtnote



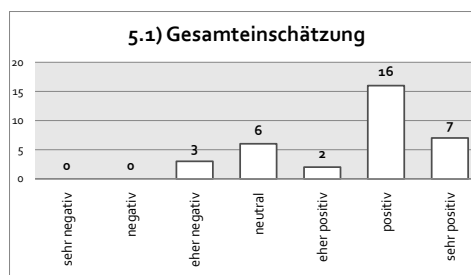
Abschnitt 5) Gesamteinschätzung der „Reprädikatisierung 2005-2010“

Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
5.1	242	Gesamteinschätzung	97,1%

Wie schätzen Sie die zurückliegende Reprädikatisierung Ihres Kurortes insgesamt ein?



Auch in der Rückschau auf das Gesamtprojekt „Reprädikatisierung“ zeigt sich ein ausgesprochen günstiges Bild: 25 Kurorte geben eine positive Gesamteinschätzung des Projekts (73,5%), lediglich 3 Kurorte eine „eher negative“ (8,8%).



Die zweigipflige Verteilung deutet darauf hin, dass von der Einschätzung „positiv“ (häufigster Wert) nur bei Vorliegen besonderer Gründe abgewichen wird. Einige Hinweise hierauf lassen sich den handschriftlichen Bemerkungen am Ende der Fragebögen entnehmen:

5.2) Erlebnis (Bemerkungen)

Die Notwendigkeit für eine Reprädikatisierung hat sich uns nicht überzeugend erschlossen. Die hohen Kosten sprechen dagegen. [Ort mit Peloid-Kurbetrieb]

./. [Ort mit Heilquellen-Kurbetrieb]

/

- Wir sehen die Prädikatisierung als staatliche, hoheitliche Aufgabe, die durch die Landesbehörden übernommen werden muß. Eine Ansiedlung der SBN beim Heilbäderverband läßt die Prädikatisierung als „Lobby“-Auszeichnung erscheinen und entwertet sie damit.

- Die Kosten für Gutachter haben die kommunalen Haushalte zusätzlich und unnötig belastet. Die Gutachter haben die Situation gnadenlos ausgenutzt und sitzen zudem noch im Bewilligungsausschuß!

Von Unabhängigkeit keine Spur! Da muß sich einiges ändern!

[Nordseeheilbad]

viel Arbeit und hohe Kosten [Nordseebad]

Das gesamte Verfahren hat bedingt durch die dafür nicht vorhandenen Personalressourcen zu einer erheblichen Mehrbelastung der bzw. aller Mitarbeiter der KV geführt. [Kneipp-Heilbad]

(Kurort) gehörte zu den ersten Orten, die im November 2008 die nach der neuen Kurortverordnung die Prädikate staatlich anerkanntes Moor-

und Mineralheilbad erhalten haben. Mitunter hatte es den Anschein, dass die Beteiligten in der Expertenkommission sich uneins über die Auslegung vorhandener Gutachten waren. Dies führte dazu, dass das eine oder andere Gutachten ein zweites Mal gefertigt werden musste, obwohl nach Ansicht der Fachklinik schon belastbare Gutachten vorlagen. Somit entstand aus unserer Sicht ein vielleicht vermeidbarer Mehraufwand. **[Ort mit Peloid-Kurbetrieb]**

Generell: Mit der Reprädikatisierung sollte mehr auf Qualität gesetzt werden, es ging/geht nicht nur um die förmliche staatliche (Wieder-) Anerkennung.

Also: „Spreu vom Weizen trennen“.

Ob diejenigen Orte, die nicht (mehr) die hohen Qualitätsanforderungen erfüllen, auch entsprechend herabgestuft wurden, ist nicht zu beobachten.

[Heilbad]

- Die fachliche Unterstützung im ganzen Anerkennungsverfahren.

[Nordseebad]

Zusagen, die bei der Vorort-Besichtigung gemacht wurden, sind leider nicht eingehalten worden. Dies führte zu unangenehmen Verzögerungen.

[ein Nordseebad]

Von 2005 bis 2010 hat sich das ganze Projekt sehr weiterentwickelt. Beispiele gäbe es viele. M.E. müssen aber die Bedingungen und deren Ausgestaltung einmal festgelegt werden.

Durch die permanenten Änderungen hat uns das Projekt von 2007 bis 2008 intensiv und von 2005-2006 alltagsbeherrschend beschäftigt.

Sicher lag dies auch an der geringen Anzahl von Personen in der SBN sowie der mangelnden Kommunikation.

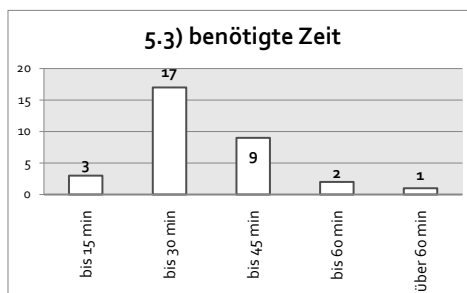
- unterschiedliche Auslegung der Begriffsbestimmungen
- verbohrt festhalten an alten Zöpfen, z.B. Lesesaal



Frage	Var.	Bezeichnung	beantwortet
5.2	244	benötigte Zeit	91,4%

Für das Ausfüllen dieses Fragebogens habe ich ungefähr folgende Zeit benötigt:

Die für das Ausfüllen der Fragebögen benötigte Zeit deckte sich in den meisten Fällen mit den veranschlagten 30 min. 12 Bearbeiter haben sich noch darüber hinaus Zeit genommen, die Fragen zu beantworten, in einem Fall geschah dies im Rahmen einer Gremiensitzung:



Weitere Anmerkungen

[zu 5.3:] Projektgruppensitzung des AK Nordseeheilbad am 15.12.2011
[Nordseebad]

Anhang

Allgemeine Checkliste der Serviceagentur (Fassung Mai 2009, 13 Seiten)

Fragebogen zur Entscheiderbefragung (12 Seiten; Notizseiten hier nicht enthalten)



Stand: Mai 2009

Allgemeine Checkliste

- A. Allgemeine Angaben zum Ort**
- B. Allgemeine hygienische Voraussetzungen**
- C. Angaben zu Kurortcharakter (Ortsbild), Barrierefreiheit und Immissionsbelastung**
- D. Kureinrichtungen**
- E. Unterkunftsmöglichkeiten im Kurort**
- F. Ärztliche Betreuung der Kurgäste**
- G. Veranstaltungen**
- H. Kurtaxerhebung**
- I. Statistische Angaben**
- J. Anlagen**

Präambel

1. Die allgemeine Checkliste ist von Orten auszufüllen, die die Artbezeichnung Heilbad, Kurort oder Ort mit Heilquellen-, Heilstollen- bzw. Peloid-Kurbetrieb anstreben.
2. Die Erhebung (Angaben in den Checklisten) basiert auf der niedersächsischen Kurortverordnung vom 22. April 2005
3. Grundlage der Checklisten sind die „Begriffsbestimmungen – Qualitätsstandards für die Prädikatisierung von Kurorten, Erholungsorten und Heilbrunnen“ (12. Auflage, Oktober 2005)
4. Die Ziffern in den Klammern sind mit den Nummern der Begriffsbestimmungen identisch. Gegebenenfalls wird auf Fußnoten verwiesen.
5. Neben den Begriffsbestimmungen sind auch die „Grundsätze zur Durchführung ambulanter Kuren“ sowie der aktuell gültige Kurarztvertrag (April 2005) zu beachten.
6. Die Checklisten (allgemein und artspezifisch) sind für die Antragstellung präzise und ausführlich auszufüllen. Die jeweilige Situation im Ort soll genau beschrieben werden, daher sind einzelne Wörter nicht ausreichend. Umfangreichere Ausführungen können auch auf einem gesonderten Blatt als Anlage beigefügt werden.
7. Die beizufügenden Anlagen müssen vollständig sein und nummeriert werden.
8. Analysen und Gutachten (siehe artspezifische Checkliste) haben den Anforderungen der Begriffsbestimmungen zu entsprechen.



Staatliche Anerkennung als:	
------------------------------------	--

A. Allgemeine Angaben zum Ort [1.3.1]

1. Ortsname (postalische Bezeichnung und PLZ)	
2. Kreis, Regierungsvertretung, Land	
3. Welche Gemeinden oder Ortsteile sollen zum Kurggebiet gehören? (Bitte Gemeindegkarte in DIN A4 beifügen und das anzuerkennende Gebiet markieren. Die Vorgaben gemäß 1.3.1 sind streng einzuhalten.)	
4. Beschreibung des Ortes bzw. des Kurggebietes a) Einwohnerzahl b) Verkehrsanbindungen (Bahnhstation, Busverbindungen) c) Mittlere Höhe des Kurggebietes in m ü. d. M.	
5. Rechts- und Betriebsform, Besitzverhältnisse des Kurbetriebes	
6. Besteht eine Mitgliedschaft zu einem regionalen Bäder- oder Tourismusverband?	

B. Allgemeine hygienische Voraussetzungen [1.3.1]

1. Trinkwasserversorgung Einzelbrunnen? Gemischte Versorgung? Zentrale Versorgung? a) Wie viele Häuser sind an die zentrale Versorgung angeschlossen? b) Entsprechend wieviel Prozent der Bevölkerung? Wie viele Häuser werden von Einzelbrunnen versorgt? Entsprechend wieviel Prozent der Bevölkerung?	
---	--



<p>2. In welchen Zeitabständen und durch welche Instanz erfolgen bakteriologische und chemische Kontrollen des Trinkwassers?</p> <p>a) der zentralen Versorgung?</p> <p>b) der Einzelbrunnen?</p> <p>c) Wann fanden die letzten Kontrollen statt?</p> <p>d) Ergebnis der letzten Kontrollen (Bitte Belege beifügen)</p>	
<p>3 Ist eine zentrale Abwasserbeseitigungsanlage vorhanden?</p> <p>a) Wie viele Häuser des Beherbergungsgewerbes sind ggf. <u>nicht</u> an die zentrale Abwasserbeseitigung angeschlossen?</p> <p>b) Ist eine 2-stufige (mechanische u. biologische) Sammelkläranlage vorhanden?</p> <p>c) Wie viele Häuser besitzen eine Hauskläranlage (biologische Reinigung)?</p>	
<p>4. Besteht eine gemeindliche Müllabfuhr?</p> <p>a) Wird sie staubfrei vorgenommen?</p> <p>b) In welchen Zeitabständen erfolgt die Entsorgung?</p>	
<p>5. Ist der Ort bzw. der Ortsteil frei von Hygieneschädlingen? (Bescheinigung vom LAVES gem. § 4 KurortVO bitte beifügen)</p>	
<p>6. Inwieweit sind die Straßen im Ort asphaltiert oder gepflastert? Gibt es noch wassergebundene Wege und Plätze?</p>	



<p>7. Wie viele öffentliche Toilettenanlagen – mit einem angemessenen Anteil behindertengerechter Ausstattung – sind in dem zu prädikatisierenden Gebiet vorhanden? Sind diese ausgeschildert? [1.3.7 c] (Lage bitte auf der Gemeindegkarte kennzeichnen)</p>	
---	--

C. Angaben zu Kurortcharakter (Ortsbild), Barrierefreiheit und Immissionsbelastung [1.3.1; 1.5]

<p>1. Beschreibung des Kurortcharakters [1.3.1] durch:</p> <p>a) Darstellung einer entsprechenden Regional- und Bauleitplanung (u.a. bitte Flächennutzungsplan beifügen)</p> <p>b) Darstellung einer aufgelockerten Bebauung, eingebettet in gärtnerische und natürliche Bepflanzung (bitte auf der Gemeindegkarte kennzeichnen)</p> <p>c) Darstellung eines einwandfreien Straßen-, Fußgänger-, Rad- und Wanderwegenetzes (bitte Kartenmaterial beifügen) [1.3.7 c]</p>	
<p>2. Freihalten der natürlichen geogenen Ressourcen, der Heilmittel, des Klimas und des umgebenden Landschaftsraumes sowie der infrastrukturellen und baulichen Gestaltung und Entwicklung des Ortes von Einwirkungen, die den gesundheits- und erholungsdienlichen Charakter gefährden, beeinträchtigen oder zerstören können [1.5]</p> <p>a) Straßenverkehr? [1.5.1]</p> <p>b) Lärmschutz? [1.5.2]</p> <p>c) Allgemeiner Gewässerschutz? [1.5.3]</p>	



<p>3. Befinden sich am Ort oder in unmittelbarer Nähe (Kurgebiet)</p> <p>a) Industrieanlagen?</p> <p>b) Anlagen mit erheblicher Rauch-, Staub- und Lärmentwicklung?</p> <p>c) Betriebe mit Massentierhaltung?</p> <p>d) Biogasanlagen?</p> <p>e) Sind Altlasten vorhanden? (z.B. Munitionsdeponierungen, Verklappung von Schadstoffen im Küstenbereich, Mülldeponien o. ä.)</p>	
<p>4. Welche Maßnahmen werden gegen Emissionen und Immissionen getroffen?</p> <p>Gibt es eine besondere Lärmschutzverordnung, Satzung oder ähnliches zum Schutze des Kurgebietes? (Belegexemplar bitte beifügen)</p>	
<p>5. Besondere Berücksichtigung der Bedürfnisse von körperbehinderten Personen [1.3.7 a)? (Bitte Maßnahmen mit Beispielen in Bezug auf Kurpark und Straßen benennen)</p>	

D. Kureinrichtungen

<p>1. Ist die Touristinformation vom DTV zertifiziert („i-Marke“ bzw. ATIS-Anerkennung)? [1.4] (Kopie der Urkunde bitte beifügen)</p> <p>Qualitätsanspruch des Landes Niedersachsen</p>	
<p>2. Veranstaltungs- und Kommunikationseinrichtungen [1.3.1] → „Haus des Gastes“ als Kommunikations-, Informations- und Schulungszentrum für Patienten und Gäste → Lese-, Schreib- und Spielzimmer → Konzertsaal (Bitte Größe und Bestuhlung angeben)</p>	



3. Möglichkeiten zur Nutzung von Kommunikations-Medien [1.3.5 b] → Zeitungen, Fernsehen, Buchverleih, Internet etc.			
4. Sonstige Einrichtungen			
5. Ausgedehnte Parkanlagen, Kurpark (Größe in ha, Beschreibung der gärtnerischen Gestaltung, Informationen über Barrierefreiheit, Informationssysteme, Veranstaltungen) [1.3.1]			
6. (Wetter-)geschützte Ruhemöglichkeiten [Fußnote 60]		Für ____ Personen	
7. Ruhemöglichkeiten im Freien (z.B. im Kurpark) [Fußnote 60]		Für ____ Personen	
8. Möglichkeiten zur Bewegungstherapie im Freien		Für ____ Personen	
9. Gibt es die Möglichkeit für Terrainkuren nach ärztlicher Anweisung ? (ggf. Unterlagen bitte beifügen)			
10. Sind Kindergärten und -spielplätze unter Aufsicht von Fachpersonal vorhanden, die auch Kindern von Gästen zur Verfügung stehen?			
11. Sport- und Freizeiteinrichtungen [1.3.1] → Golf, Minigolf, Tennis → Reitsportanlagen → Wintersportanlagen → Wassersportanlagen			
12. Welche Möglichkeiten zur Aktivierung des Kurpatienten sind vorhanden (z. B. im Sinne von Präventionsangeboten)?			
13. Schwimmbäder [1.3.1]		Größe	Temperatur
	Hallenbad		
	Freibad		
	Bewegungsbad		



14. Sind Sportplätze oder -anlagen vorhanden? Für welche Sportarten? [1.3.1]	
15. Stehen den Kurgästen Sportlehrer zur Verfügung und ggf. für welche Sportarten?	
16. Sonstige Möglichkeiten für die Freizeitgestaltung (z.B. Töpferkurse, Bowling, Tanzveranstaltungen, u.ä.)	

E. Unterkunftsmöglichkeiten im Kurort

		Anzahl			Anzahl der Betten		
		2006	2007	2008	2006	2007	2008
1. Betriebe [1.3.5; Fußnote 55] (Anzahl in den letzten drei Jahren)	Krankenanstalten, Kliniken und Sanatorien in öffentlicher Hand						
	Krankenanstalten, Kliniken und Sanatorien in privater Trägerschaft						
	Hotels und Gasthöfe						
	Pensionen						
	Kinderkurheime						
	Privatvermieter						
	Ferienwohnungen und -häuser						



	2006	2007	2008
2. Gesamtzahl der für den Kurbetrieb zur Verfügung stehenden Gästebetten (in den letzten drei Jahren)			
	Davon ____ / ____ / ____ Betten in Zimmern ohne fließendes Wasser		
3. Wie viele und welche Beherbergungsbetriebe sind klassifiziert, z.B. nach den Kriterien des DEHOGA oder des Deutschen Tourismusverbandes (DTV)? [1.3.5] (Bitte die Unterkünfte mit der entsprechenden Zertifizierung auflisten) Qualitätsanspruch des Landes Niedersachsen			

F. Ärztliche Betreuung der Kurgäste

Einrichtungen für Erste Hilfe, Rettungswesen sowie nicht kurspezifische Versorgung durch Ärzte und Apotheken [1.3.7 b]

1. Ortsansässige Ärzte (Bitte Geburtsjahr der Badeärzte angeben)	Fachrichtung	Anzahl	davon Badeärzte
2. Anzahl der Apotheken (Bitte deren Lage auf der Gemeindegkarte kennzeichnen)			
3. Gibt es ein Krankenhaus im Ort? (Bitte ebenfalls auf der Karte kennzeichnen) Falls nicht, wo befindet sich das nächste Krankenhaus? (Bitte die Entfernung mit angeben)			
4. Es gibt am Kurort:		Anzahl	Davon in freier Praxis
	Geprüfte Masseur/ Masseurinnen		
	Geprüfte Krankengymnasten/ -gymnastinnen		

<p>5. Bei Durchführung ambulanter Kuren: Werden die „Gemeinsamen Grundsätze für die Durchführung ambulanter Kuren“ berücksichtigt? [1.3.2 a]</p>	<input type="checkbox"/> Es werden keine ambulanten Kuren angeboten.	<input type="checkbox"/> Die gemeinsamen Grundsätze sowie der Kurarztvertrag werden beachtet.
<p>6. Bei Durchführung von Kompaktkuren: Anerkennung durch den Ausschuss für Kompaktkuren bei der kassenärztlichen Vereinigung Westfalen-Lippe? [1.3.2 c]</p>	<input type="checkbox"/> Es werden keine Kompaktkuren angeboten.	<input type="checkbox"/> Die Kompaktkuren sind durch die KVWL zugelassen
		Wann erfolgte die Zulassung bei der KVWL?
		Für welche Indikationen werden Kompaktkuren durchgeführt?
<p>7. Mitverantwortung für die psychologische Begleitung der Kurpatienten? [1.4.1] (siehe Erläuterung auf der letzten Seite)</p>		
<p>8. Mitverantwortung für örtliche gesundheitsfördernde Ernährungsangebote? [1.3.5 a]</p> <p>a) Besteht die Möglichkeit zur Abgabe einer ärztlich verordneten Diät? In wie vielen Häusern?</p> <p>b) Wird ein/e Diätassistent/in zur allgemeinen Diätbetreuung beschäftigt?</p> <p>c) Besteht am Kurort ein Diätausschuss? Wie setzt er sich zusammen?</p> <p>d) Wie viele Häuser haben das RAL-Gütezeichen für Diätverpflegung?</p>		
<p>9. Werden gesundheitsfördernde Maßnahmen angeboten? [1.3.4] (Bitte mit den entsprechenden Einrichtungen auflisten)</p>		



<p>10. Qualitätssicherung [1.3.6]</p> <p>a) Gibt es regelmäßige Zusammenkünfte aller Leistungserbringer zum Austausch spartenspezifischer Situationsanalysen und der Koordination zukunftsgerichteter Entwicklung? Wie oft finden diese statt? Gibt es Beispiele für hierdurch entstandene konkrete Maßnahmen?</p> <p>b) Sind Einrichtungen nach anerkannten QM-Systemen zertifiziert? (DIN EN ISO 9001:2000, DEGEMED)</p> <p>c) Welche Einrichtungen nehmen an der Qualitätsinitiative „ServiceQualität Niedersachsen“ teil?</p>	
--	--

G. Veranstaltungen

1. Kurmusik	Gibt es eine Kurkapelle?	
	In welchen Abständen finden die Konzerte statt?	
2. Veranstaltungen		In welchen Abständen?
	Theater	
	Konzerte	
	Varieté	
	Kabarett	
	Kinderveranstaltungen	
	Sonstige Veranstaltungen	

H. Kurtaxerhebung [1.6]

1. Wird eine Kurabgabe (Kurtaxe, Kurbeitrag) erhoben? (Kurtaxordnung bitte beifügen.)		
2. Wird im Kurort eine Fremdenverkehrsabgabe erhoben? (Fremdenverkehrsbeitragsordnung bitte beifügen.)		
3. Saisoneinteilung	Hauptkurzeit	
	Gesamtkurzeit	

I. Statistische Angaben (auf Basis der Kurtaxerhebung)

		Anzahl		
		2006	2007	2008
1. Zahl der Privatpatienten in den letzten 3 Jahren	Ambulante Vorsorgeleistungen			
	Kompaktkuren			
	Stationäre Reha-Maßnahmen			
2. Zahl der gesetzlich versicherten Patienten in den letzten 3 Jahren (Kostenträger: Sozialversicherung)		Anzahl		
	Ambulante Vorsorgeleistungen			
	Stationäre Reha-Maßnahmen			
3. Zahl der Gäste von wohnortnahen Reha-Maßnahmen (Privatpatienten und gesetzlich versicherte Patienten) in den letzten 3 Jahren		Anzahl		
	Privat:			
	Sozialversichert:			
4. Gesamtzahl der Patienten in den letzten 3 Jahren				
5. Zahl der Übernachtungen im letzten Jahr	Gesamt:			
	davon Privatpatienten			
	davon gesetzlich versicherte Patienten			
	Durchschnittliche Aufenthaltsdauer (in Tagen)			
6. Wirtschaftliche Bedeutung des Kurbetriebs für den Ort (in den letzten drei Jahren) (Quelle: dwif-Schriftenreihe, Heft 49/2002: Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland)		2006	2007	2008
	Ausgaben für Beschäftigte im Gesundheits- und Tourismusbereich			
	Einnahmen durch Gäste (auf Basis der dwif-Kennzahl)			



Institut für Management-Transfer

November 2011

IMT-Kurortstudie zur Reprädikatisierung 2005-2010

Untersuchung im Auftrag des Forschungsinstituts für Balneologie, Prävention und Rehabilitation e.V.

Der Fragebogen ist in fünf Abschnitte auf neun Seiten gegliedert: 1) Reprädikatisierung: Organisation und Ablauf — 2) Reprädikatisierung: Auswirkungen — 3) Einbindung in die Qualitätsarbeit des Kurorts — 4) Zur Arbeit der Serviceagentur Bäderland Niedersachsen — 5) Gesamteinschätzung

Das Ausfüllen wird ca. 30 Minuten Ihrer Zeit in Anspruch nehmen.

rundes Ankreuzfeld: nur eine Möglichkeit ankreuzen, z.B.:

viereckiges Ankreuzfeld: Mehrfachauswahl möglich, z.B.:

In fett eingerahmte bzw. mit „Ihre Bemerkungen“ gekennzeichnete Felder tragen Sie bitte, falls erforderlich, Ihre frei formulierten Antworten stichwortartig ein. Sollte der Raum hierfür nicht ausreichen, stehen Ihnen am Ende des Fragebogens zusätzliche Seiten zur Verfügung. Bitte nehmen Sie dort auf die entsprechende Fragennummer vom linken Rand (z.B. 1.2) Bezug.

1 Reprädikatisierung: Organisation und Ablauf**1.1 Zuständigkeit:** Für die Kurverwaltung Ihres Ortes ist zuständig:

- | | | |
|--|--|-----|
| <input type="radio"/> Kommunalverwaltung | <input type="radio"/> Kurgesellschaft in privater Trägerschaft | 101 |
| <input type="radio"/> Eigenbetrieb, Eigengesellschaft | <input type="radio"/> Tourismusgesellschaft in privater Trägerschaft | |
| <input type="radio"/> wird im Auftrag durchgeführt,
und zwar durch (bitte erläutern): | <input type="radio"/> anderes (bitte erläutern) | |

ggf. Ihre Bemerkungen zu Frage 1.1:

1.2 Organisation: Die Anforderungen der Reprädikatisierung...

- | | |
|---|-----|
| <input type="radio"/> ...wurden ohne besonderen organisatorischen Aufwand bewältigt, d.h. im laufenden Betrieb. | 103 |
| <input type="radio"/> ...wurden durch einen hierfür freigestellten Mitarbeiter betreut. | |
| <input type="radio"/> ...wurden durch eine Projektgruppe aus bestehenden Mitarbeitern betreut. | |
| <input type="radio"/> ...wurden durch eine eigens für diesen Zweck neu geschaffene Stelle betreut. | |
| <input type="radio"/> anderes, und zwar (bitte erläutern): | |

ggf. Ihre Bemerkungen zu Frage 1.2:

1.3 Projektbeginn: Wann haben die verantwortlichen Entscheider des Kurortes begonnen, sich mit dem Projekt „Reprädikatisierung 2005-2010“ zu befassen?

(ungefähre Angabe, z.B. Jahr, Monat)

1.4 Bedeutung: Wie schätzen Sie die Bedeutung der Prädikatisierung für Ihren Kurort ein?

<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	105
ohne Bedeutung	sehr geringe Bedeutung	geringe Bedeutung	mittlere Bedeutung	hohe Bedeutung	sehr hohe Bedeutung	oberste Priorität	

1.5 Motiv: Das *vorrangige* Motiv für Ihren Kurort, eine Reprädikatisierung anzustreben, war folgendes:
(bitte nur eine Möglichkeit auswählen)

- Erhalt der Qualität gemäß den Vorgaben der niedersächsischen Kurortverordnung
- Weiterführung der Tradition des Kurorts, z.B. des Prädikats im Ortsnamen
- Berechtigung zur Erhebung eines Fremdenverkehrsbeitrags nach §9 NKAG*
- Berechtigung zur Erhebung eines Kurbeitrags nach §10 NKAG*
- Attraktivität des Prädikats für den Gesundheitstourismus (vornehmlich Sozialkurgäste)
- Attraktivität des Prädikats für den Gesundheitstourismus (vornehmlich Privatkurgäste)
- Attraktivität des Prädikats für den Fremdenverkehr im allgemeinen
- mehrere dieser Motive in gleicher Weise (bitte erläutern)
- anderer Grund (bitte erläutern)

107

*NKAG = Niedersächsisches Kommunalabgabengesetz

ggf. Ihre Bemerkungen zu Frage 1.5:

108

1.6 Vergangenheit: Wann wurde dem Kurort das beantragte Prädikat erstmalig verliehen?

- vor 1955
- 1955-1990
- 1991-2004
- 2005 oder später

109

1.7 a) Für die **Zukunft** beabsichtigt Ihr Kurort, die augenblickliche Prädikatisierung nach Möglichkeit...

- ...beizubehalten
- ...zu ändern (bitte anschließend erläutern)

110

b) Für diese Absicht (Änderung oder Beibehaltung) sind folgende Gründe ausschlaggebend

Mehrfachnennung möglich):

- kurmedizinische Gründe
 - politische Gründe
 - wirtschaftliche Gründe
 - andere Gründe
- } (bitte erläutern)

111

112

113

114

ggf. Ihre Bemerkungen zu Frage 1.7 und vorangehende:

115

1.8 Investitionen

a) Waren in Ihrem Kurort für die jetzt abgeschlossene Reprädikatisierung **Investitionen** erforderlich?

- nein, keine (weiter mit Frage 1.9)
- ja, in geringem Maße (bitte erläutern)
- ja, in erheblichem Maße (bitte erläutern)

116

b) Falls Investitionen erforderlich: In welchen Bereichen war dies vorrangig der Fall?

(Mehrfachnennung möglich)

- Gebühren u.ä.
- Gutachten
- Klinikum, medizinische Einrichtungen
- Außenanlagen (Kurpark, Wanderwege usw.)
- Badeeinrichtungen
- Beherbergungseinrichtungen
- Verkehrsnetz
- Öffentlichkeitsarbeit, Kommunikation
- andere (bitte nachfolgend erläutern)

117

118

119

120

121

122

123

124

125

c) Falls Investitionen erforderlich: In welcher Trägerschaft geschah dies hauptsächlich?

- vorwiegend öffentliche Trägerschaft
- vorwiegend private Trägerschaft
- ausgewogen bzw. Public-Private Partnership

126

ggf. Ihre Bemerkungen zu Frage 1.8:

127

1.9 Verfügbarer Zeitrahmen

Wie empfanden Sie den für die Reprädikatisierung in den Jahren 2005-2010 zur Verfügung stehenden Zeitrahmen? 1.29

- Der verfügbare Zeitrahmen war vollkommen ausreichend.
- Der verfügbare Zeitrahmen war knapp bemessen.
- Der verfügbare Zeitrahmen war unzureichend.

ggf. Ihre Bemerkungen zu Frage 1.9:

2 Reprädikatisierung: Auswirkungen

2.1 Wirtschaftliche Auswirkungen

Wie wird sich die Reprädikatisierung nach Ihrer Einschätzung zukünftig wirtschaftlich auswirken? 1.30

	Rückgang	keine Änderung	leichte Steigerung	starke Steigerung	sehr starke Steigerung
Anzahl der Gäste	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Übernachtungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kuranwendungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kurbeiträge	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fremdenverkehrsbeiträge	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Falls Ihnen hierzu genauere Angaben möglich sind, würden wir uns über weitere Informationen freuen (ggf. Anhang).

ggf. Ihre Bemerkungen zu Frage 2.1:

2.2 Auswirkungen auf Zielgruppen

Bei welchen Zielgruppen werden diese wirtschaftlichen Auswirkungen vor allem zu beobachten sein? 1.31

	Rückgang	keine Änderung	leichte Steigerung	starke Steigerung	sehr starke Steigerung
Kurgäste (sozial)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kurgäste (privat)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tagesgäste	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gesundheitstourismus allgemein	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
andere (bitte erläutern)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ggf. Ihre Bemerkungen zu Frage 2.2:

2.3 Auswirkungen auf das Kurangebot

Bei welchen Angeboten des Kurortes werden die zahlenmäßigen Auswirkungen deutlich?

	Rückgang	keine Änderung	leichte Steigerung	starke Steigerung	sehr starke Steigerung	
Präventionsangebot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	142
Rehabilitationsangebot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	143
Wellness	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	144
Tourismus allgemein	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	145
andere (bitte erläutern)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	146

ggf. Ihre Bemerkungen zu Frage 2.3:

2.4 Attraktivität

Wie wird sich die Reprädikatisierung nach Ihrer Einschätzung auf die Attraktivität Ihres Kurortes bei verschiedenen Zielgruppen auswirken?

	Ver-schlechterung	keine Änderung	leichte Verbesserung	starke Verbesserung	sehr starke Verbesserung	
Kurgäste (sozial)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	149
Kurgäste (privat)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	149
Tagesgäste	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	150
Mitarbeiter im Kurbetrieb	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	151
Ärzte, Apotheker usw. vor Ort	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	152
Krankenkassen u.ä. Partner	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	153
Reiseveranstalter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	154
Politik (lokal/regional)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	155
Politik (überregional)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	156
Einwohnerschaft des Kurorts	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	157
Gewerbetreibende des Kurorts	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	158
ggf. weitere (bitte erläutern)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	159

ggf. Ihre Bemerkungen zu Frage 2.4:

2.5 Organisationsentwicklung

Haben Sie bzw. andere Verantwortliche für den Kurbetrieb Ihres Ortes im Verlauf der Reprädikatisierung zusätzliche Kenntnisse gewonnen?

a) Die Reprädikatisierung hat im Kurort...

- ... keine zusätzlichen Kenntnisse vermittelt.
- ... zusätzliche Kenntnisse auf einzelnen Gebieten erbracht.
- ... einen umfassenden Kenntnisfortschritt bewirkt.

161

b) Eine Vermittlung zusätzlicher Kenntnisse wirkte sich aus...

- ...für keinen der Projektbeteiligten im Kurort
- ...für einzelne Projektbeteiligte im Kurort
- ...für die Mehrzahl der Projektbeteiligten im Kurort

102

ggf. Ihre Bemerkungen zu Frage 2.5:

103

2.6 Zusammenarbeit im Kurort

a) Wie schätzen Sie die Zusammenarbeit der verschiedenen Akteure in Ihrem Kurort ein?
(Verwaltung, Politik, Gesundheit, Tourismus etc.)

... vor Projektbeginn der Reprädikatisierung?

nicht vorhanden	gering bzw. schlecht	befriedigend	gut	sehr gut
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

104

... nach Abschluss der Reprädikatisierung?

<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

105

b) Wie hat sich das Projekt „Reprädikatisierung“ auf diese Zusammenarbeit ausgewirkt?

Ver-schlechterung	keine Änderung	leichte Verbesserung	starke Ver-besserung	sehr starke Verbesserung
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

106

c) Welche Instrumente der Zusammenarbeit haben Sie im Zuge der Reprädikatisierung eingesetzt?
(Mehrfachnennung möglich)

- reguläre Gremiensitzungen
- spezielle Präsentationen, Informationsveranstaltungen
- spezielle Workshops / Arbeitstreffen mit aktiver Beteiligung
- Rundbrief / Newsletter / Pressearbeit
- andere (bitte erläutern)

107

108

109

110

111

ggf. Ihre Bemerkungen zu Frage 2.6:

112

3 Einbindung in die Qualitätsarbeit des Kurorts

3.1 Übergreifende Konzepte

Inwieweit verfügt Ihr Kurort über die folgenden Instrumente?

Kurort-Leitbild bzw. Entwicklungskonzept

nicht vorhanden	zur Zeit in Planung	fürmlich beschlossen	erfolgreich eingesetzt
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

113

Marketingkonzept

114

Tourismuskonzept

115

Qualitätsmanagement-Konzept

116

Einbindung in überörtliche Konzepte

117

andere (bitte erläutern)

118

(Ihre Bemerkungen ggf. auf der folgenden Seite)

ggf. Ihre Bemerkungen zu Frage 3.1:

179

3.2 Weitere Qualitätssiegel und Zertifizierungen

Über welche weiteren Auszeichnungen verfügt Ihr Kurort? (Mehrfachnennung möglich)

180

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> DIN EN ISO 9001/2008 | <input type="checkbox"/> Wellness-Stars |
| <input type="checkbox"/> Siegel „Prävention im Kurort“ | <input type="checkbox"/> zertifizierte Tourist-Information |
| <input type="checkbox"/> Siegel „Wellness im Kurort“ | <input type="checkbox"/> Qualitätssiegel ServiceQualität Deutschland / Niedersachsen |
| <input type="checkbox"/> Siegel „Park im Kurort“ | <input type="checkbox"/> andere (bitte erläutern) |

181

182

183

184

185

186

187

ggf. Ihre Bemerkungen zu Frage 3.2:

188

3.3 Marktforschung

a) Welche Marktforschungsinstrumente werden in Ihrem Kurort regelmäßig eingesetzt?

(Mehrfachnennung möglich)

- | | |
|--|-----|
| <input type="checkbox"/> Bewertungsbögen / schriftliche Zufriedenheitsbefragungen | 189 |
| <input type="checkbox"/> Online-Marktforschung, Bewertungsmöglichkeit im Internet-Auftritt des Kurorts | 190 |
| <input type="checkbox"/> persönliche Befragungen | 191 |
| <input type="checkbox"/> Gruppeninterviews, Workshops, Fokusgruppen | 192 |
| <input type="checkbox"/> Testkundenbesuche oder -anrufe (Blindtests, Mystery Clients) | 193 |
| <input type="checkbox"/> Beschwerdestelle, z.B. Kunden- oder Kurgasttelefon | 194 |
| <input type="checkbox"/> medizinische Evaluation | 195 |
| <input type="checkbox"/> andere (bitte nachfolgend erläutern) | 196 |

b) Wer ist für die Durchführung dieser Maßnahmen in erster Linie verantwortlich?

- | | |
|--|-----|
| <input checked="" type="radio"/> Kommunal-/Kurverwaltung | 197 |
| <input type="radio"/> beauftragte Dienstleister (Unternehmensberatung, Marktforschungsinstitut o.ä.) | |
| <input type="radio"/> andere (bitte erläutern) | |

ggf. Ihre Bemerkungen zu Frage 3.3:

198

3.4 Marktforschung und Reprädikatisierung

Bitte kreuzen Sie zu den folgenden Aussagen den Grad Ihrer Ablehnung oder Zustimmung an:

- | | | |
|---|--|-----|
| a) „Im Verlauf der Reprädikatisierung haben wir wertvolle neue Marktforschungsinformationen zusammengetragen.“ | | 199 |
| b) „Durch die Reprädikatisierung sind bereits vorhandene Marktforschungsinformationen besser zusammengeführt worden.“ | | 200 |
| c) „Durch die Reprädikatisierung haben Marktforschungsinformationen im Kurort höhere Verbreitung bzw. Bekanntheit erlangt.“ | | 201 |

- d) „Die Reprädikatisierung hat uns zusätzlichen Marktforschungsbedarf in einzelnen Bereichen deutlich vor Augen geführt.“ 202
- e) „Durch die Reprädikatisierung ist der Bedarf an Marktforschungs-Informationen für unseren Kurort vollständig gedeckt worden.“ 203
- f) „Auch in Zukunft würden wir uns für unseren Kurort fachkundige Hilfestellung für unsere Marktforschung wünschen.“ 204

ggf. Ihre Bemerkungen zu Frage 3.4:

3.5 Verwendung der Prädikatsbezeichnung

In welcher Weise verwendet Ihr Kurort die erteilte Prädikatsbezeichnung* in der Außendarstellung?
*(z.B. die vollständige Wortfolge „Heilklimatischer Kurort“, oder das Entsprechende — Mehrfachnennung möglich)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> in der amtlichen Korrespondenz | <input type="checkbox"/> im Ortsbild (z.B. Aushänge, Ortsschilder) |
| <input type="checkbox"/> in Pressemitteilungen | <input type="checkbox"/> im werblichen Auftritt (Print) |
| <input type="checkbox"/> im werblichen Auftritt (online) | <input type="checkbox"/> anderes (bitte nachfolgend erläutern) |
| <input type="checkbox"/> keine einheitliche Verwendung der Prädikatsbezeichnung | |

3.6 Nutzen der Prädikatsbezeichnung für die Darstellung des Kurortes

Bitte kreuzen Sie zu den folgenden Aussagen den Grad Ihrer Ablehnung oder Zustimmung an:

- a) „Die Prädikatsbezeichnung ist eine wertvolle Orientierungshilfe für unsere Kurgäste.“ 213
- b) „Die Prädikatsbezeichnung hat nur einen sehr begrenzten Wert für die Außendarstellung des Kurorts.“ 214
- c) „Die werblichen Möglichkeiten der Prädikatsbezeichnung sind für unseren Kurort bereits vollständig ausgeschöpft.“ 215
- d) „Ein Bildsymbol für das Prädikat unseres Kurorts wäre für die Außendarstellung von entscheidender Bedeutung.“ 216
- e) „Unser Kurort strebt eine einheitliche Verwendung der Prädikatsbezeichnung in der Außendarstellung an.“ 217

ggf. Ihre Bemerkungen zu Frage 3.6 und vorangehende:

3.7 Nutzen der Prädikatsbezeichnung für die Darstellung des Kurortes

Hat sich die Reprädikatisierung 2005-2010 auf die Art und Weise ausgewirkt, wie Ihr Kurort die Prädikatsbezeichnung für die Außendarstellung nutzt?

- nein, sie hat sich nicht ausgewirkt ja, sie hat sich ausgewirkt (bitte erläutern)

ggf. Ihre Bemerkungen zu Frage 3.7:

5 Gesamteinschätzung der „Reprädikatisierung 2005-2010“**5.1** Wie schätzen Sie die zurückliegende Reprädikatisierung Ihres Kurortes insgesamt ein?

sehr negativ negativ eher negativ neutral eher positiv positiv sehr positiv

242

5.2 Abschließend möchten wir Sie fragen, ob Ihnen aus der Arbeit am Projekt „Reprädikatisierung 2005-2010“ noch ein besonderes Erlebnis in Erinnerung geblieben ist, das bisher noch nicht zur Sprache kam?

ggf. Ihre Antwort zu Frage 5.2:

243

5.3 Für das Ausfüllen dieses Fragebogens habe ich ungefähr folgende Zeit benötigt:

244

Herzlichen Dank für Ihre Mühe!

Gerne können Sie die folgenden Seiten für Ihre weiteren Anmerkungen nutzen.

Bitte senden Sie den Fragebogen vor Jahresende 2011 zurück.

Ein adressierter Umschlag ist dem Fragebogen beigelegt.

Anschrift: Institut für Management-Transfer, Prof. Dr. Christian Kuhlmann, Sertürnerstraße 1, 31785 Hameln