

Kurortrahmenplan Bad Saarow

August 2009



inspektour GmbH

Büro Hamburg
Osterstraße 124
D-20255 Hamburg

Büro Meldorf
Geschwister-Scholl-Straße 1
D-25704 Meldorf

Büro Oldenburg in Holstein
Neustädter Straße 26-28
D-23758 Oldenburg in Holstein

+49 (0) 40. 414 388740
info@inspektour.de
www.inspektour.de

+49 (0) 4832. 988913
sh@inspektour.de
www.inspektour.de

+49 (0) 4361. 620700
info@inspektour.de
www.inspektour.de

Kurortrahmenplan Bad Saarow

Auftraggeber

Gemeinde Bad Saarow

vertreten durch das Amt Scharmützelsee

Am Kurpark 1

D-15526 Bad Saarow

Ansprechpartner

Axel Walter, Geschäftsführer Bad Saarow Kur GmbH

fon: +49 (0) 33631. 868-116

Auftragnehmer

inspektour GmbH

Osterstraße 124

D-20255 Hamburg

Ansprechpartnerin

Dr. des. Petra Dehm, Projektleiterin

fon: +49 (0) 40. 414 388740

Die vorliegende Machbarkeitsstudie setzt Männer und Frauen im Sprachgebrauch gleich. Um jedoch den Lesefluss nicht zu stören, wird oftmals eine einheitliche meist männliche Begrifflichkeit verwendet.

Um den Lesefluss nicht zu unterbrechen findet eine reduzierte Verwendung von Quellen innerhalb des Textes statt. Jedoch sind alle verwendeten Quellen am Ende des Dokumentes im Rahmen eines Literaturverzeichnisses aufgeführt.

Im Rahmen dieses Konzeptes werden, insbesondere in allgemeinen Teilen, Textbausteine verwendet, die auch in anderen Berichten von inspektour Verwendung finden, da sie allgemeingültiger Natur sind. Dieses erfolgt auf keinen Fall zum Nachteil einer individuellen Betrachtung und Bearbeitung des Anliegens der Gemeinde Bad Saarow.

Urheberrechtsvermerk

Diese Ausarbeitung ist geistiges Eigentum der inspektour GmbH und ausschließlich für Bad Saarow bestimmt. Die Weitergabe, auch auszugsweise, an Dritte ist nur mit Einverständnis des Urhebers gestattet.

Die Erstellung des Touristischen Leitbildes Seenland Oder-Spree und somit auch des Kurortrahmenplans Bad Saarow - als Umsetzungsprojekt - wurde gefördert mit Mitteln des Fonds für die Entwicklung der ländlichen Räume ELER der Europäischen Union.



LEADER-Kooperationsprojekt LAG Oderland und LAG Märkische Seen



Kurortrahmenplan Bad Saarow
© inspektour GmbH 2009

Vorwort

Die Fortschreibung des Kurortrahmenplans aus dem Jahre 1994 ist unter der Prämisse der Nachhaltigkeit für Bad Saarow erfolgt. Nachhaltige Entwicklung wird folgendermaßen betrachtet: „die Bedürfnisse der Gegenwart werden befriedigt, ohne zu riskieren, dass künftige Generationen ihre eigenen Bedürfnisse nicht befriedigen können“¹

Der Kurortrahmenplan wird für Bad Saarow erstellt. Für die Erstellung des Rahmenplans wurden – neben Ortsbesichtigungen – zahlreiche persönliche Expertengespräche mit kompetenten Gesprächspartnern in Bad Saarow und im touristischen Umfeld geführt sowie Telefoninterviews, die einem strukturierten Fragebogen folgten. Ebenfalls ergänzten zwei Gesprächsrunden vor Ort mit Teilnehmern aus dem Tourismus- und dem Gesundheitswesen die Informationssammlung. So konnte in kurzer Zeit ein vertiefter Einblick in die Strukturen und Herausforderungen von Bad Saarow gewonnen werden. Weiterhin wurde die Ausarbeitung des Kurortrahmenplans innerhalb der Gemeinde breit abgestimmt; so fand für die Öffentlichkeit von Bad Saarow eine Vorstellung der Ergebnisse statt sowie eine Abstimmung mit dem Gemeinderat vor der letztendlichen Formulierung des Kurortrahmenplans. Nichtsdestotrotz können immer noch singuläre Details fehlen; die wesentlichen Punkte wurden aber erfasst und bearbeitet.

Basis dieser Studie sind zum einen die uns zur Verfügung gestellten Auskünfte und Unterlagen, zum anderen ausführliche Literatur- und Internetrecherchen. Da es sich hierbei um einen Kurortrahmenplan handelt, können nicht zu allen Punkten detaillierte Lösungen gegeben werden, allerdings wurde durchaus sichergestellt, dass ausreichende Maßnahmenvorschläge entwickelt wurden, sodass die notwendigen Schritte eingeleitet werden können.

Wir bedanken uns für die Offenheit der Gesprächspartner und die sehr gute Zusammenarbeit und wünschen Bad Saarow eine erfolgreiche Umsetzung für die kommenden Jahre.

Petra Dehm und Ralf Trimborn,

Hamburg, August 2009

¹ Hauff (1987), S. 46

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
Inhaltsverzeichnis	4
Anhang.....	6
Abbildungsverzeichnis.....	7
1. Zentrale Ergebnisse.....	8
2. Einleitung	10
2.1 Trends im Tourismus	10
2.2 Gesundheitstourismus als Wachstumssegment.....	14
3. Fortschreibung des Kurortrahmenplans: Bad Saarow – Einordnung Bad Saarows in die Kur - und Bäderlandschaft Brandenburgs	22
3.1 Rahmendaten zu Brandenburg im Allgemeinen und Bad Saarow im Speziellen	22
3.1.1 Brandenburg Gesamt.....	22
3.1.2 Bad Saarow	23
3.2 Einordnung Bad Saarows in die Bäderlandschaft Berlin-Brandenburgs	28
3.2.1 Masterplan Gesundheitsregion Berlin-Brandenburg	28
3.2.2 Tourismuskonzeption des Landes Brandenburg.....	29
3.2.3 Strategische Marketingplanung 2008 - 2012 der TMB.....	30
3.2.4 Brandenburger Kurorte- und Bäderverband e.V.	31
3.2.5 Einordnung Bad Saarows in Brandenburg	32
3.2.6 Stellung Bad Saarows innerhalb der Kurorte in Brandenburg.....	37
3.2.6.1 Bettenkapazitäten im Vergleich	37
3.2.6.2 Ankünfte in den prädikatisierten Kurorten Brandenburgs	38
3.2.6.3 Übernachtungen in den prädikatisierten Kurorten Brandenburgs..	39
3.2.6.4 Durchschnittliche Aufenthaltsdauer und durchschnittliche Bettenauslastung in den prädikatisierten Kurorten Brandenburgs	40
3.3 Positionierung Bad Saarows in Brandenburg	41
4. Überprüfung des Kurortrahmenplans 1994 – Abgleich: Zusammenfassender Überblick über erzielte Umsetzung und noch bestehende Aufgaben.....	43
5. Bad Saarow als Gesundheits-, Wellness- und Wohlfühldestination in Brandenburg - Rahmenbedingungen.....	72
5.1 Natürliche Gegebenheiten	72
5.2 Touristische Infrastruktur	76
5.2.1 Beherbergung	76
5.2.2 Gastronomie	77
5.2.3 Tagungen, Schulungen und Kongressmöglichkeiten	78
5.2.4 Touristische Organisationsstruktur.....	78

5.2.5 Handel	80
5.2.6 Freizeitangebot	80
5.3 Ausgewählte Faktoren für die weitere Entwicklung Bad Saarows.....	82
5.3.1 HELIOS - Klinikum	82
5.3.2 AWO-Schwangerenkurheim.....	82
5.3.3 Weiteres Gesundheitswesen in Bad Saarow	83
5.3.4 Bad Saarow Kur GmbH	83
5.3.5 Qualität und Qualifizierung im Tourismus	83
5.3.6 Exkurs: Beschreibung und Kurzbewertung Bad Saarow Strand, Petersdorf und Neu-Golm	84
5.4 Stärken- und Schwächenprofil von Bad Saarow	85
5.4.1 Expertenbefragung und Gesprächsrunden	85
5.4.2 Bewertungen der Angebotselemente	87
5.4.3 Stärken und Schwächen von Bad Saarow	88
5.4.3.1 Stärken von Bad Saarow.....	88
5.4.3.2 Schwächen von Bad Saarow.....	89
5.5 Exkurs: Best Practice Beispiele von Kurorten in Deutschland	90
5.5.1 Norderney (Nordseeküste/Niedersachsen)	91
5.5.2 Bad Homburg (Hessen)	92
5.5.3 Ahlbeck (Usedom/Mecklenburg-Vorpommern)	93
6. Derzeitiges Leitbild für Bad Saarow.....	95
6.1 Anforderungsprofil: Wie soll Bad Saarow wirken?	95
6.1.1 Gästeperspektive	95
6.1.2 Bevölkerungsperspektive	96
6.1.3 Sichtweise der Unternehmen und Investoren	96
6.2 Leitbild von Bad Saarow	96
7. Vision, Ziele, Themenfelder und Strategien für Bad Saarow	98
7.1 Vision.....	98
7.2 Strategische Ziele.....	100
7.3 Themenfelder für Bad Saarow.....	100
7.4 Strategien für Bad Saarow.....	101
7.4.1 Entwicklungs-Strategien	102
7.4.2 Konkurrenz-Strategien	103
7.4.3 Kunden-Strategien	104
7.4.4 Positionierungs-Strategien	104
8. Maßnahmen für Bad Saarow.....	105
Maßnahmen für Bad Saarow ab 2008 – nach Themenfeldern.....	138

9. Ausblick..... 170
Anhang

Fotodokumentation Bad Saarow (Bilder © inspektour)

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Der „neue Tourist“.....	10
Abbildung 2: Reisetrends.....	13
Abbildung 3: Die Evolution des Gesundheitsbegriffs.....	15
Abbildung 4: Die neue Rolle des Arztes.....	17
Abbildung 5: Wellness – Psychosoziale Gesundheit als Dreiklang von Körper, Geist und Seele.....	19
Abbildung 6: Bevölkerungsentwicklung von 1990 bis 2020 nach Strukturräumen.....	25
Abbildung 7: Heilmittel der prädikatisierten Kurorte.....	35
Abbildung 8: Heilanzeigen nach Erkrankungen folgender Organsysteme und Fachbereiche.....	36
Abbildung 9: Angebotene Betten in den prädikatisierten Kurorten Brandenburgs.....	38
Abbildung 10: Ankünfte in den prädikatisierten Kurorten Brandenburgs.....	39
Abbildung 11: Übernachtungen in den prädikatisierten Kurorten Brandenburgs.....	40
Abbildung 12: Durchschnittliche Bettenauslastung in den prädikatisierten Kurorten Brandenburgs.....	41
Abbildung 13: Geologie Brandenburgs.....	73
Abbildung 14: Der Scharmützelsee.....	74
Abbildung 15: Bewertung von Komponenten.....	88
Abbildung 16: Themenfelder für Bad Saarow.....	101
Abbildung 17: Strategiebox für Bad Saarow.....	102

1. Zentrale Ergebnisse

Der neue Kurortrahmenplan ist eine Weiterentwicklung des aus dem Jahre 1994 stammenden Plans. Eine Überprüfung der damals vorgeschlagenen Maßnahmen wurde vorgenommen und eine neue, auf die derzeitigen und zukünftigen Gegebenheiten angepasste Vision mit daraus abgeleiteten strategischen Zielen, Themenfeldern und Maßnahmen entwickelt. Daher ist diese Fortschreibung des Rahmenplans auf zwei Säulen aufgebaut, zum einen ist es ein strategisches Konzept zur zukünftigen Entwicklung von Bad Saarow, zum anderen werden Maßnahmen zur Weiterentwicklung des Ortes vorgeschlagen.

Die Vision für Bad Saarow ist wie folgt:

Bad Saarow am Scharmützelsee bei Berlin entwickelt sich als Marke für ganzheitlichen Gesundheits-, Wellness- und Wohlfühltourismus für Gäste, die Qualität zu schätzen wissen, die gerne wiederkommen und Bad Saarow weiterempfehlen

Die Themenfelder für Bad Saarow sind

- 1) Bad Saarow als Gesundheits-, Wellness und Wohlfühldestination mit kulturellem Angebot
- 2) Bad Saarow für den aktiven Erholungssuchenden
- 3) Bad Saarow als Standort für Kultur
- 4) Bad Saarow als Standort für Tagungen und Seminare

Die Schwerpunkte liegen auf den ersten beiden Feldern, Tagungen und Seminare sind als Ergänzung zu betrachten.

Wesentlich ist, dass Bad Saarow als Thermalsole- und Moorheilbad mit seiner ausgezeichneten natürlichen Ausstattung und seiner besonderen Architektur diese Ressourcen schützt und pflegt sowie kontinuierlich darauf aufbaut. Die Position von Bad Saarow im Wellness tourismus innerhalb Brandenburgs ist schon stark und kann noch weiter ausgebaut werden. Allerdings sollte man sich von dem antiquierten „Kurort“-Denken verabschieden und den Schritt nach vorne wagen, hin zu einer ganzheitlichen

Weiterentwick-
lung des
vorliegenden
Plans

Vision für Bad
Saarow

Themenfelder
für Bad Saarow

Schutz des
Bestehenden

Gesundheits-, Wellness- und Wohlfühldestination mit kulturellem Angebot, die ihren Gästen qualitativ hochwertige Angebote unterbreitet und sich auch als solches nach außen darstellt.

Bei der weiteren Entwicklung ist es von besonderer Bedeutung, dass zukünftig ein Verantwortlicher vor Ort ist, der sich in der weiteren touristischen Entwicklung von Bad Saarow engagiert. Hier klafft derzeit eine Lücke, die zur Folge hat, dass neben einer dringend zu verbessernden Kommunikation und Kooperation im Ort, auch zahlreiche Aufgaben nicht erledigt werden können, die von einer solchen Person zu übernehmen sind. Daraus resultiert, dass die Verwendung der Finanzen für den Tourismus neu überdacht werden müssen und eine angemessene Organisationsstruktur für den Bereich Tourismus in der Gemeinde geschaffen wird.

Im Bereich des Infrastrukturausbaus sind in den vergangenen Jahren die wesentlichen Maßnahmen durchgeführt worden, sodass jetzt keine größeren „Baustellen“ (mit Ausnahme der Gesamtzentrumsentwicklung mit Zentrumshotel und einer notwendigen Ladenmeile) mehr anstehen. Ein sukzessiver Ausbau der Bettenkapazitäten im gewerblichen Bereich erscheint sinnvoll, allerdings nur mit Konzepten, die zu Bad Saarow passen. Ansonsten gilt die Pflege und Ausbau des Geschaffenen. Weiterhin gilt es den Wohnstandort Bad Saarow auszubauen, vor allem für junge Familien und Berufsanfänger, für die bezahlbarer Wohnraum geschaffen werden muss.

Weiterhin ist offenes Denken und eine konstruktive Zusammenarbeit zum Wohle Bad Saarows von allen lokalen Akteuren notwendig, ohne diese Voraussetzung kann sich Bad Saarow seine angemessene Position auf dem Tourismusmarkt nicht verschaffen. So behindern derzeit teilweise mentale Barrieren (zum Teil parteipolitisch bedingt) eine konstruktiven Zusammenarbeit der Beteiligten in Bad Saarow und damit den weiteren, erfolgreichen Ausbau als Urlaubsdestination.

**Schritt nach
vorne notwendig**

**Engagement
eines Touris-
musmanagers**

**Finanzierung
und Organisati-
on des Touris-
mus neu
überdenken**

**Infrastruktur-
ausbau im
Wesentlichen
abgeschlossen**

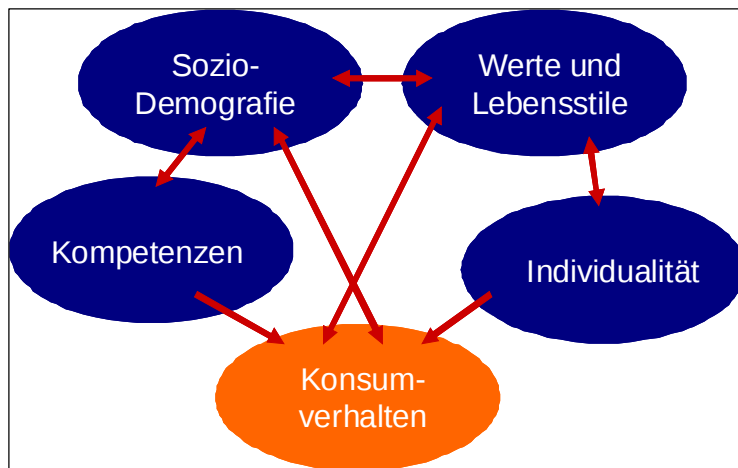
**Offenes Denken
und konstruktive Zusammen-
arbeit im Ort
notwendig**

2. Einleitung

2.1 Trends im Tourismus

Der Tourismusmarkt hat sich in den letzten Jahrzehnten von einem Verkäufer- zu einem Käufermarkt gewandelt. Weiterhin hat sich der Wettbewerb intensiviert und ist international geworden. Zudem haben sich die Anforderungen der Konsumenten in den letzten Jahrzehnten gravierend verändert. Der Wandel des Nachfrageverhaltens wird durch mehrere Faktoren in unterschiedlicher Intensität beeinflusst.

Abbildung 1: Der „neue Tourist“



Quelle: eigene Darstellung

Die demografische Alterung Deutschlands ist eine Entwicklung, die schon seit über 100 Jahren im Gange ist. Ursachen hierfür sind die langfristigen Veränderungen der Geburtenhäufigkeit und der kontinuierliche Anstieg der Lebenserwartung. Die gestiegene Lebenserwartung war zunächst die Folge des Rückgangs der Säuglings- und Kindersterblichkeit. Heute ist die zunehmende Lebenserwartung der älteren Menschen für diesen generellen Anstieg der Lebenserwartung verantwortlich.

Der stark wachsende Anteil der über 60-Jährigen verfügt zunehmend über eine gute Gesundheit und ausreichend finanzielles Vermögen, welches sie als Zielgruppe für Reisedestinationen attraktiver macht.

Wandel zum Käufermarkt

Demografischer Wandel hat auch Auswirkungen auf Tourismus

Demografischer Wandel bedeutet aber nicht nur das Altern der Bevölkerung, es verändern sich auch die Formen des partnerschaftlichen Zusammenlebens. Die „soziale Institution“ der Ehe und Familie verschwindet zwar keineswegs, heiraten und Kinder haben wird aber nicht mehr von nahezu der gesamten Bevölkerung als Lebensmodell gewählt. Bereits heute bleibt ein Drittel aller Frauen und Männer unverheiratet.

Auswirkungen auf das touristische Nachfrageverhalten hat auch die zunehmende Teilung der Gesellschaft in einkommensstarke und einkommensschwache Haushalte. Erstere verfügen häufig nur über begrenzte Freizeit, während Personen mit geringfügigem Einkommen viel Freizeit haben, diese aber häufig aufgrund fehlender finanzieller Mittel nicht für Reisen nutzen können.

Veränderungen der Bedürfnisse und Werthaltungen der Menschen führen zu einer immer stärkeren Differenzierung des Freizeitverhaltens und des entsprechenden Angebots auf dem Markt. Lebensstile spiegeln sich in den Wunsch- und Bedürfnisstrukturen der Touristen wider. Die touristischen Leistungsanbieter müssen den anspruchsvollen, preissensiblen und multioptionalen Kunden ein breites Spektrum an Angeboten präsentieren, welches aber durch das Verhalten der Konsumenten flexibel ausgerichtet werden sollte.

Die Individualisierungsprozesse in der Gesellschaft führen zu einer weiteren Aufsplittung touristischer Bedürfnisse und Interessen. Der Konsument möchte sich von der Masse abgrenzen und seinen individuellen Stil betonen. In seiner Wahl- und Handlungsfreiheit lässt er sich nur ungern einschränken. Daraus resultiert eine teilweise fehlende Markentreue im Tourismus, die für Destinationen im so genannten „Destinations - Hopping“ zu erkennen ist. Spontane Entscheidungen über die jeweiligen Aktivitäten vor Ort erfordern zusätzlich ein breites Angebot von den Destinationen, welches jedoch zielgruppenorientiert inszeniert werden muss.

Heutzutage will der Tourist à la carte buchen und sich die Reisen nach seinem persönlichen Präferenzmuster aus angebotenen Einzelelementen selbst individuell zusammenstellen.

Der „neue Tourist“ kann i. d. R. auf eine große Reiseerfahrung

Teilung der Gesellschaft in einkommensstarke und einkommensschwache Gruppen

Unterschiedliche Lebensstile haben sich entwickelt

Individualisierung der Gesellschaft steigt an

zurückgreifen und durch Vergleiche Qualitätsunterschiede besser beurteilen. Zwei Konsumtrends lassen sich beobachten:

- Preisbewusstes Verhalten, bedingt durch wirtschaftliche Unsicherheiten oder eine „neue Bescheidenheit“;
- Prestigebewusstes Verhalten, die Nachfrage nach hochpreisigen Angeboten, bedingt durch das Bedürfnis, die Freizeit möglichst attraktiv zu gestalten.

Konsumenten sind besser (aus-) gebildet mit zunehmend qualifizierten Bildungsabschlüssen, zudem auch sehr lernfähig. Im Urlaub möchte der Tourist einer Vielfalt von speziellen Interessen nachgehen. Diesen erhöhten Anforderungen muss die Destination durch das Bereitstellen besonderer Angebote nachkommen.

Der „neue Tourist“ trifft Reiseentscheidungen spontaner und flexibler. Die Anpassung an veränderte Rahmenbedingungen zeigt sich zudem in einer verstärkten Nutzung neuer Medien für die Reiseinformation und -buchung.

Die verschiedenen Trends im Nachfrageverhalten erfordern von touristischen Akteuren eine große Flexibilität und die schnelle Anpassung an sich ständig ändernde Marktverhältnisse sowie eine verstärkte Kunden- und Prozessorientierung. Es sind kurze Entscheidungswege, klare Kompetenzzuordnungen und Aufgabenteilungen notwendig. Der Aufbau qualitativ hochwertiger Serviceketten, nach Möglichkeit verbunden mit einer Markenbildung, ist ein zentrales Aufgabenfeld der Destination. Das Erstellen neuer Angebote sollte auf kontinuierlichen Nachfrageanalysen basieren, um die jeweiligen Wünsche und Erwartungen der Touristen in der Angebotsgestaltung zu berücksichtigen.

Qualifikationsniveau der Reisenden steigt an

Nachfragetrends sollten beobachtet werden

Die nachfolgende Abbildung gibt einen Überblick über das Reiseverhalten

Abbildung 2: Reisetrends

Aspekte	Trend/Entwicklung
Reiseintensität	Stagnierend/steigend
Dauer	Kürzer
Reiseziele	Mehr Auslandsreisen als je zuvor, Anstieg zusätzlicher Inlandsreisen (2. + 3. Reise)
Steigende Nachfrage	All-inclusive, Wellness, Städtereisen
Zielgruppen	Neue Gewichte (Dink's = Double income no kids, Senioren)
Motive	Multioptionalität (Natur, Gesundheit, Kultur)
Reiseentscheidung	Kurzfristiger
Saisonalität	Geringer
Informationen & Buchen	Dynamik durch neue Medien
Urlaubswohnen	Mehr Qualität (Hard- und Software)
Preise	Zunehmende Sensibilität

Quelle: eigene Darstellung

Folgende Trends sind auf Seiten der Angebotsentwicklung im Tourismus zu nennen, welche von den Destinationen unbedingt aufgegriffen werden sollten, um auch in Zukunft den „neuen Touristen“ gerecht zu werden:

- Die 50plus Generation beachten: 44% bzw. 28 Mio. aller Urlaubsreisen der Deutschen werden von Personen über 50 Jahren unternommen.
- Natur und Landschaft erleben: Für Touristen wird eine attraktive, intakte Landschaft und die Umweltsituation am Urlaubsort immer wichtiger. Gesucht werden zudem möglichst exklusive Naturerlebnisse und häufig auch ein Wissenszuwachs über Natur, Flora und Fauna.
- Gesundheit: Wellness und ganzheitliche Gesundheit werden zum Megamarkt des 21. Jahrhundert.
- Erlebnis und Abenteuer: „Abenteuer auf Zeit“ (Trekkingurlaub, Segeltörn, etc.), Extremsportarten.
- Ausbau der Informations- und Kommunikationstechnologie.

**Finanzkrise
könnte die
Trends teilweise
beeinflussen**

2.2 Gesundheitstourismus als Wachstumssegment

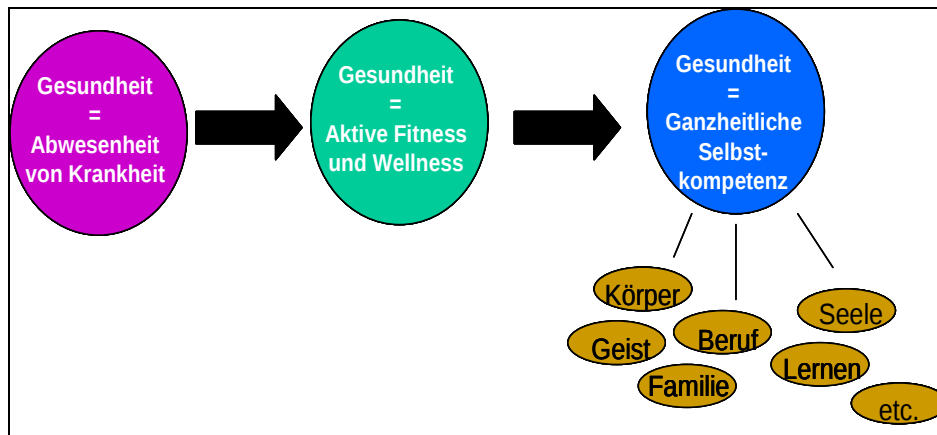
Gesundheit wird in der Zukunft eine völlig neue Bedeutung bekommen: Sie wird von einer „Eigenschaft“ zu einer Resource. Der krisengeschüttelte Gesundheits-Sektor wächst zum Kern-Sektor der kommenden Ökonomie (Kondratjew) heran. Rund um einen erweiterten Gesundheitsbegriff entwickeln sich neue, expandierende Märkte und Produkt-Welten, vom Slow-Food² über Feng-Shui-Architektur³ und Slow City bis zum neuen Fitness-Urlaub. Diese Ansätze sind nicht mehr als Exoten zu betrachten, sondern haben ihren Eingang in die klassische Medizin bzw. in den Alltag gefunden. So gibt es zahlreiche Mediziner, die sich zum Beispiel mit Akupunktur beschäftigen oder Architekten, die sich mit Feng-Shui-Architektur auseinandersetzen und entsprechende Planungen durchführen. Eine ganzheitlichere Perspektive der Lebensumwelt hat Einzug in den Alltag erhalten. Gleichzeitig wird der Gesundheitsbegriff umgedeutet: Im Übergang von der Industrie- zur Wissensgesellschaft wird Gesundheit von „Abwesenheit von Krankheit“ zu einer Metapher für die geistig - physische Integrität des modernen Individuums.

Gesundheitsbegriff erhält eine neue Bedeutung

2 Slow Food ist eine weltweite Vereinigung von bewussten Genießern und mündigen Konsumenten, die es sich zur Aufgabe gemacht haben, die Kultur des Essens und Trinkens zu pflegen und lebendig zu halten. Slow Food fördert eine verantwortliche Landwirtschaft und Fischerei, eine artgerechte Viehzucht, das traditionelle Lebensmittelhandwerk und die Bewahrung der regionalen Geschmacksvielfalt. Außerdem bringt Slow Food Produzenten, Händler und Verbraucher miteinander in Kontakt, vermittelt Wissen über die Qualität von Nahrungsmitteln und macht so den Ernährungsmarkt transparent und ist eine Non-Profit-Organisation.

3 Feng Shui ist ein Teil der daoistischen Philosophie. Ziel dieser Lehre ist eine Harmonisierung des Menschen mit seiner Umgebung, die durch eine besondere Gestaltung der Wohn- und Lebensräume erreicht werden soll.

Abbildung 3: Die Evolution des Gesundheitsbegriffs



Quelle: Zukunftsinstitut, 2005

Der sechste Kondratjew⁴ steht für Biotechnologie, psychosoziale Gesundheit und propagiert die ganzheitliche (körperlich, seelisch, geistig, sozial, ökologisch und spirituell) Sicht des Menschen, nicht mehr nur die limitierte Sichtweise, die auf körperlichen und psychischen Elemente beruht. Dies ist zukünftig zunehmend von Bedeutung. Die klassische Schulmedizin wird durch ganzheitliche Behandlungsmethoden ergänzt. Die Definition von Gesundheit auf Basis der World Health Organisation aus dem Jahre 1948 ist wie folgt: „Gesundheit ist der Zustand eines vollkommenen körperlichen, seelischen und sozialen Wohlbefindens und nicht nur die Abwesenheit von Krankheit und Gebrechlichkeit.“⁵

Dies ist auch das Verständnis von Gesundheit in diesem Kurortrahmenplan, außerdem umfasst Gesundheit auch die Prävention und Nachsorge bei den Menschen. Außerdem wird die Alltagsmedizin ihren Raum durch die Integration von alternativen Heilmethoden in Richtung auf eine ganzheitlichere Sicht des Menschen erweitern. Naturheilverfahren und Alternativmedizin sind keine Exoten mehr, sondern werden selbstverständlich aus der Sicht des Nachfragers abgefordert.

Nach einer Studie der Prognos AG werden bis zum Jahr 2020 in

**Ganzheitliche
Sichtweise des
Menschen**

**Nicht mehr nur
Schulmedizin,
sondern auch
alternative
Heilmethoden
werden wichtig**

⁴ Kondratjew veröffentlichte 1926 in der Berliner Zeitschrift Archiv für Sozialwissenschaft und Sozialpolitik seinen Aufsatz Die langen Wellen der Konjunktur. Hierin stellte er anhand empirischen Materials aus Deutschland, Frankreich, England und den USA fest, dass die kurzen Konjunkturzyklen (siehe auch Schweinezyklus) von langen Konjunkturwellen überlagert werden.

⁵ Lanz/Kaufmann, 2002, S.15

Deutschland insbesondere die Bereiche unternehmensorientierte Dienstleistungen, Gesundheit, Nachrichtenübermittlung sowie das Versicherungsgewerbe an Gewicht gewinnen.

Ein weiterer, bedeutender Faktor ist die zunehmend alternde Bevölkerung, sie erzeugt einen Wertewandel hin zu mehr Gesundheitsvorsorge und einem aktiveren körperlichen Verhalten. Neue Lebensqualitäts-Märkte entwickeln sich rund um die existenziellen Fragen der Gesundheit und der seelischen Integrität. Nach dem IFF (Institut für Freizeitwirtschaft) interessieren sich heute 7,2 Mio. Menschen für Gesundheitsurlaub im Allgemeinen, 2002 waren es erst 4,1 Mio. in Deutschland.

Derzeit werden von Seiten der Regierung weitere Änderungen im Gesundheitswesen angestrebt, so wurde zum Jahreswechsel 2009 der Gesundheitsfond eingeführt. Grundsätzlich erhält die Prävention ein größeres Gewicht, um die Menschen zu einer gesunderen Lebensweise zu animieren. Durch Gespräche im Rahmen der Erstellung der Studie mit den Krankenkassen zeigte sich, dass diese momentan sehr vorsichtig sind, was Aussagen zu weiteren Entwicklungen im Gesundheitswesen betreffen. Lediglich ein Vertreter sagte, dass er fest davon ausgehe, dass der Prävention eine bedeutendere Rolle zukommen wird. Die Gesundheitsausgaben des ersten Gesundheitsmarktes werden sich auf Kernleistungen der Kassen konzentrieren, folglich wird dem Selbstzahlermarkt eine wachsende Bedeutung zukommen. Somit wächst der zweite Gesundheitsmarkt (Privatkosten), das sind die privaten Gesundheitsausgaben, an. Dieser umfasste im Jahr 2008 in Deutschland bereits schätzungsweise 64 Milliarden Euro.

Die Präventivmedizin gewinnt an Bedeutung, weil sich, wissenschaftlich unbestritten, viele chronische Erkrankungen durch präventive Maßnahmen günstig beeinflussen lassen. In diesem Zusammenhang gewinnen ebenfalls Naturheilverfahren, gesunde Ernährung, Wellness und Fitness gleichermaßen an Bedeutung. Gegenüber der somatischen Orientierung weiterer Bereiche von Medizin gewinnt eine psychosomatische Sichtweise auch zunehmend an Bedeutung.

Niemals zuvor hat Gesundheit einen so hohen Stellenwert eingenommen wie heute. Der Gesundheitsmarkt ist einer der wichtigsten Eckpfeiler der Wirtschaft: In Deutschland umfasst er

**Zunehmend
höherer Anteil an
älterer Bevölke-
rung**

**Änderung der
staatlichen
Gesundheitsvor-
sorge**

**Selbstzahler-
markt kommt
steigende
Bedeutung zu**

**Präventivmedizin
gewinnt an
Bedeutung**

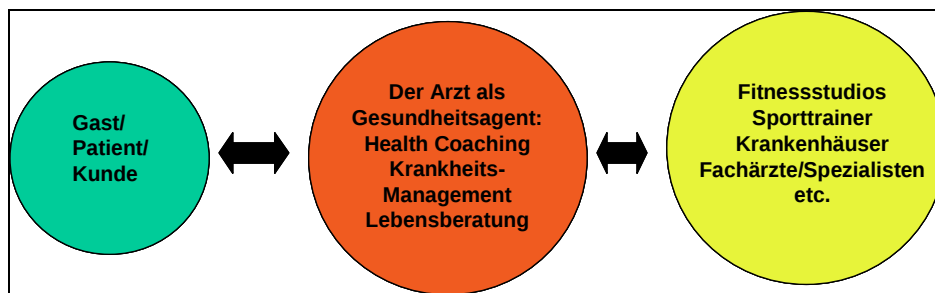
ein Volumen von 239 Milliarden Euro. Das sind 10,7 Prozent des Bruttoinlandsprodukts – fast so viel wie die Automobilindustrie erwirtschaftet.

In keinem europäischen Land liegen die Gesundheitsausgaben – gemessen am prozentualen Anteil aller Konsumausgaben privater Haushalte – so hoch wie in Deutschland. Von 100 Euro, die ein Haushalt hierzulande ausgibt, werden inzwischen 5 Euro in die eigene Gesundheit investiert. Immer mehr Menschen kümmern sich aus eigenem Antrieb um eine optimale Gesundheitsvorsorge.

Bis zum Jahr 2020 wird der Gesundheitsmarkt auf etwa 453 Milliarden Euro anwachsen. Rund um Ernährung, Körper, Sport und Lebensqualität entstehen ausgedehnte Nachfragemärkte. Die Zukunft medizinischer Patientenversorgung liegt in der Vernetzung, es werden medizinische Kompetenznetzwerke entstehen, die vom Nachfrager in Anspruch genommen werden.

**Gesundheits-
ausgaben in
Deutschland im
europäischen
Vergleich hoch**

Abbildung 4: Die neue Rolle des Arztes



Quelle: Zukunftsinstitut, 2005

Wie die Abbildung 4 herausstellt verändert sich die Rolle des Arztes hin zum Gesundheitsagenten. Er dient dem Patienten, bzw. Kunden, als zentraler Ansprechpartner für alle Themen um den Bereich Gesundheit und stellt das Bindeglied zu den Spezialisten dar. Auch im Rahmen der Prävention bietet der Mediziner seine Dienstleistungen an.

Deshalb ist es für diesen Kurortrahmenplan wichtig darauf hinzuweisen, dass auch die naturnahen Freizeitaktivitäten – wie z.B. Segeln, Golfen, Radfahren, Wandern unter den weiten Begriff Gesundheit fallen, da Bewegung und Sport auch zur Gesund-

heitsvorsorge dazugehören.

Wie wird nun Gesundheitstourismus definiert? „Gesundheitstourismus bezeichnet die Gesamtheit der Beziehungen und Erscheinungen, die sich aus der Ortsveränderung und dem Aufenthalt von Personen zur Förderung, Stabilisierung und gegebenenfalls Wiederherstellung des körperlichen, geistigen und sozialen Wohlbefindens unter der Inanspruchnahme von Gesundheitsleistungen ergeben, für die der Aufenthaltsort weder hauptsächlicher noch dauernder Wohn- und Arbeitsort ist.“⁶

Begünstigende Faktoren für den Gesundheitstourismus sind⁷:

- Steigendes Bildungsniveau
- Sukzessiver Rückzug der Krankenversicherungen
- Mehr Privatversicherte
- Permanent steigende, tägliche Belastungen
- Steigende berufliche Anforderungen
- Suche nach einem Gegenpol
- Steigende Lebenserwartung
- Wachsendes Angebot
- Abnehmende Zahl an Kindern

Ein weiteres Schlagwort, das in den vergangenen Jahren starken Zulauf erhalten hat, ist der Begriff Wellness. Viele Urlaubsregionen und Hotelanlagen haben ihre Infrastruktur ausgebaut, um eine entsprechende Wellnesslandschaft vorzuweisen. Meist wurde in große Wellnessbereiche investiert - wie Schwimmbäder/Pool, mehrere Saunen, Massagestudios etc. Der Deutsche Wellness Verband fasst Wellness als „genussvoll gesund leben“ zusammen. „Wir betrachten Wellness als aktive Gesundheitsstrategie, die den Einzelnen unterstützt, sein Leben durch wissenschaftlich gesicherte Maßnahmen gesund und produktiv zu gestalten und damit ein zufriedenes, von chronischen Krankheiten weitgehend freies, Leben zu führen“. Der Verwöhnaspekt steht bei Wellness im Vordergrund. Nach Horx (2005) stellt sich Wellness wie folgt dar:

**Definition von
Gesundheitstou-
rismus**

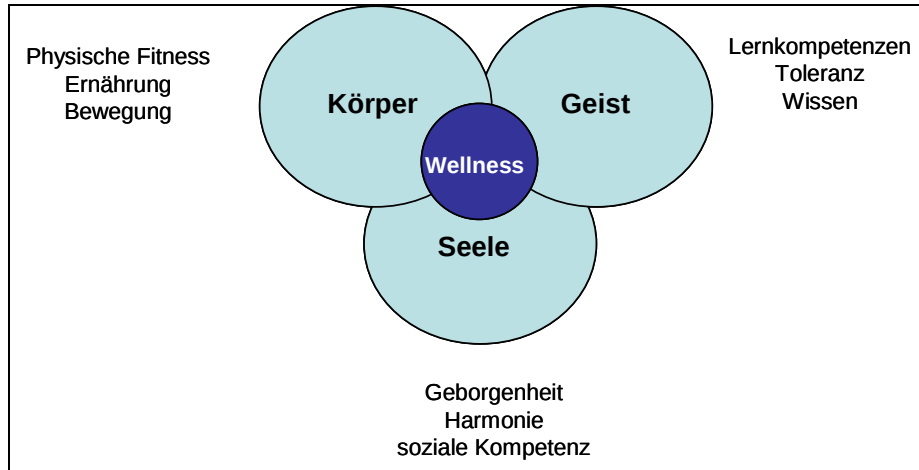
**Positive Faktoren
für den Gesund-
heitstourismus**

**Wellness
ebenfalls als
Wachstumsmarkt**

⁶ vgl. u.a. Kaspar 1996, S.55

⁷ vgl. u.a. Graf/Tröster, 2007, S.10

Abbildung 5: Wellness – Psychosoziale Gesundheit als Dreiklang von Körper, Geist und Seele



Quelle: Zukunftsinstitut, 2005

Zentrale Elemente für Wellness sind:

- Ein stabiles Selbstwertgefühl
- Ein positives und aktives Verhältnis zum Körper
- Die Fähigkeit zu Freundschaft und sozialen Beziehungen
- Eine intakte Umwelt
- Eine sinnvolle Arbeit und gute Arbeitsbedingungen
- Eine lebenswerte Gegenwart und die begründete Hoffnung auf eine lebenswerte Zukunft

Medical Wellness hingegen bezeichnet die synergetische Kooperation von Medizin und Wellness, die in ihrer Kombination mehr gesundheitliche Wirkung erzielt als jedes der beiden Kompetenzfelder für sich allein. Entsprechende Angebote müssen auf Grundlage medizinischer Fachkompetenz die Lebensqualität verbessern und zur Stärkung der eigenen Gesundheit durch einen genussvoll gesunden Lebensstil befähigen. Zumindest im Falle bekannter gesundheitlicher Vorbelastungen oder Vorschäden ist eine ärztliche Mitwirkung unerlässlich. Zentrales Ziel bei „Medical Wellness“ ist eine nachhaltige Veränderung des Lebensstils.

Was sind nun die Chancen und Risiken des deutschen Wellness-

Kernpunkte für Wellness

Verständnis von Medical Wellness

marktes?

Die größten Chancen werden für Medical Wellness, Qualitätssicherung und Präventive Wellness eingeräumt, dagegen stellen ein Überangebot, die Verwässerung des Wellnessbegriffs, eine mangelnde Qualität und nicht ausreichend geschultes Personal die größten Risiken dar.

Eine Bedrohung des Wachstums des Gesundheitstourismus in Deutschland geht von den wachsenden – und teilweise von deutschen Krankenkassen auch schon finanzierten – Angeboten vor allem in Osteuropa (Tschechien, Polen, Ungarn) aus.

Das Land Brandenburg kann an dem Trend zum Gesundheitstourismus partizipieren, hier sind die hauptsächlichen Ansatzpunkte die Kurorte, eine vielfältige und umfassende Bäderlandschaft und das nach wie vor nicht ausgeschöpfte Nachfragepotenzial aus Berlin.

Zur Sicherung der Angebote in den einzelnen Kurorten hat der Deutsche Heilbäderverband zwei Zertifizierungen entwickelt, das ist zum einen „Prävention im Kurort“ und zum anderen „Wellness im Kurort“.

Die Zertifizierung „Prävention im Kurort“ mit Angeboten, die sich primär an privat zahlende Gäste richten. Das Verständnis beinhaltet das aktive Bemühen, den Gesundheitszustand des Gastes möglichst zu verbessern, in jedem Falle aber zu erhalten bzw. potenziellen Verschlechterungen entgegenzuwirken – unterstützt durch die ganzheitliche Kompetenz und gesundheitsförderlichen Ressourcen, die verlässlich nur prädikatisierte Heilbäder und Kurorte bieten können.

Die Kriterien für die Zertifizierung enthalten unter anderem:

- Im Mittelpunkt jedes Angebots sowie jeden individuellen Programms stehen (in adäquater Gewichtung) die Säulen Bewegung, Ernährung, Entspannung ergänzt um Kommunikation und Ermächtigung
- Obligatorische Elemente der Angebote sind Gesundheitsbildung und Gesundheitstraining

Konkurrenz aus Osteuropa

Brandenburg kann dennoch am Wachstum des Gesundheitstourismus partizipieren

Zertifizierungen der Kurorte nach dem Deutschen Heilbäderverband

- Der Einsatz der ortsgebundenen/ortstypischen/orts-spezifischen Heilmittel ist die Grundlage und unverzicht-barer Bestandteil jedes Angebots wie jedes individuellen Behandlungsprogramms. Es ist sicherzustellen, dass die zugehörigen Fachberufe eingebunden sind.
- Für die medizinischen Inhalte eines jeden Angebots ist grundsätzlich ein Badearzt verantwortlich

Das Zertifikat „Wellness im Kurort“ vom Deutschen Heilbäderver-band (DHV), wird Kurorten verliehen, die alle zehn geforderten Qualitätskriterien erfüllen, Wellness steht nach dem DHV für ein ganzheitliches Gesundheitsangebot.

Folgende Kriterien sind für die Zertifizierung „Wellness im Kurort“ maßgeblich:

- Ganzheitliche medizinische und therapeutische Kompe-tenz
- Staatlich anerkanntes Qualitätsmerkmal:
- Natürliche Heilmittel des Bodens, des Meeres, des Kli-mas sowie der Physiotherapie nach Sebastian Kneipp
- Hohe Dienstleistungs- und Servicequalität
- Infrastruktur der Kurorte als Gesundheitszentren des Tourismus
- Höchstmaß an persönlichen Gestaltungsmöglichkeiten
- Kulturelles Angebot in einem anspruchsvollen Kuram-biente
- Reizvolle Landschaft und Umgebung
- Angebote für soziale Kontakte und Kommunikation
- Positives Leben und Erleben, Sinnlichkeit und Genuss, Lebensfreude und Lifestyle

Wellness im Kurort

3. Fortschreibung des Kurortrahmenplans: Bad Saarow – Einordnung Bad Saarows in die Kur- und Bäderlandschaft Brandenburgs

3.1 Rahmendaten zu Brandenburg im Allgemeinen und Bad Saarow im Speziellen

3.1.1 Brandenburg Gesamt

Brandenburg umschließt Berlin mit seinen 3,4 Millionen Einwohnern. Werden die Bevölkerungszahlen von beiden Bundesländern zusammengerechnet, dann leben in der Region Berlin-Brandenburg ca. 5,9 Millionen Menschen. Als eine der wichtigsten Infrastrukturmaßnahmen der nächsten Jahre wird die Eröffnung des neuen Flughafens Berlin-Brandenburg International (BBI) sein, für Oktober 2011 ist dessen Eröffnung geplant. Dies könnte auch durchaus positive Abstrahlungseffekte für Bad Saarow bedeuten, die daraus entstehenden Chancen (Wohnstandort, Tourismus, Ansiedlung zusätzlicher Gewerbe) sollten in einer aktiven Herangehensweise verfolgt werden. Bad Saarow bietet auch durch seine weichen Standortfaktoren eine hohe Attraktivität als Wohnstandort.

Der demografische Wandel ist das Schlagwort, über das immer wieder gesprochen wird. Wie sehen nun die Auswirkungen durch den demografischen Wandel im Land Brandenburg aus? Zunächst wurde ein massiver Geburtenrückgang nach der Wende („Wendeknick“) verzeichnet, weiterhin Abwanderungen (vor allem junge Frauen) in die alten Länder, selektive Zuwanderungen aus Berlin in den engeren Verflechtungsraum (e.V.) sowie eine sich verändernde Altersstruktur (Verringerung des Anteils junger Menschen, Erhöhung des Anteils älterer Menschen). Der äußere Entwicklungsraum (ä. E.), in dem Bad Saarow liegt, hat dabei in der Zeit von 1990 bis 2001 rund 166.000 Einwohner verloren.

Brandenburg und Berlin haben zusammen ein Potential von 5,9 Millionen Menschen

Demografischer Wandel auch in Brandenburg

Demografischer Wandel ist mit zwei wirtschaftlich relevanten Entwicklungstendenzen verbunden:

- Sinkende regionale Nachfrage aufgrund einer geringeren Bevölkerung
- Veränderung der Zusammensetzung der Nachfrage aufgrund von Verschiebungen in der Altersstruktur

Die Lebenserwartung in Brandenburg steigt weiter an, mit Angleichung an das Niveau der alten Bundesländer. Im Jahr 2004 betrug die durchschnittliche Lebenserwartung der Bevölkerung im Land Brandenburg bei den Männern 74,6 Jahre und bei den Frauen 81,1 Jahre.

Die jährlichen Sterbeüberschüsse nehmen aber trotz steigender Lebenserwartung und wachsender Geburtenziffern landesweit zu. Der natürliche Bevölkerungsverlust verdreifacht sich in der Region Oderland-Spree von 1.350 Personen auf 4.000 Personen im Jahr 2020.

Berlinnahe Gemeinden werden weiterhin von Zuwanderungen aus der Bundeshauptstadt profitieren sowie bestimmte Gemeinden voraussichtlich von der Entwicklung des Flughafens Berlin-Brandenburg International (BBI). Die zunehmende Konzentration von Infrastrukturen und der absehbare Fachkräftebedarf lässt tendenziell einen Zuzug in die zentralen Orte erwarten.

Brandenburg ordnete im Jahre 2008 die zentralen Orte neu, das Resultat für Bad Saarow war – trotz seiner Funktionen in den Bereichen Gesundheitswesen, Schulen und Tourismus – den Status als Grundzentrum abgeben zu müssen und somit seine partiell zentrale Rolle zu verlieren. Das hat Funktionsverluste zur Konsequenz.

3.1.2 Bad Saarow

In Brandenburg gibt es eine veränderte Bevölkerungsverteilung zu Gunsten des engeren Verflechtungsraums (e. V.), für diese Regionen werden Bevölkerungsgewinne erwartet. Dagegen steht der äußere Entwicklungsraum (ä. E.), für den ein Bevölkerungsrückgang verzeichnet ist. Zwar liegt nun Bad Saarow im äußeren Entwicklungsraum (ä. E.), aber es hat eine Sondersituation inne,

Lebenserwartung in Brandenburg steigt an

Zuwanderungen aus der Hauptstadt in berlin-nahen Gemeinden

Neuordnung der zentralen Orte in Brandenburg

Sonderstatus von Bad Saarow

da das HELIOS-Klinikum mit Versorgungssituation in Bad Saarow ansässig ist und die Gemeinde einen prädikatisierten Kurortstatus inne hat.

Die gegenläufige Bevölkerungsentwicklung zwischen dem Berliner Umland (Wachstum) und den ländlichen Räumen (Rückgang) verstärkt sich durch:

- Wanderungsbedingten Bevölkerungszuwachs im östlichen Berliner Umland bei guter Erreichbarkeit der Bundeshauptstadt Berlin
- Eine stabile Bevölkerungsentwicklung in den landschaftlich attraktiven Erholungsgebieten der Märkischen Schweiz und der Scharmützelseeregion, entlang der Bundesautobahn A12 sowie im Umland der Städte Eisenhüttenstadt und Frankfurt (Oder) und damit auch für Bad Saarow
- Deutliche Einwohnerverluste in den weiteren ländlichen Räumen

Die Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter (15 bis unter 65 Jahre) sinkt in der Region Oderland - Spree von 318.289 Personen im Jahr 2005 um rund 17,4 % auf 263.000 Personen im Jahr 2020. Der Anteil der erwerbsfähigen Bevölkerung an der Gesamtbevölkerung in der Region sinkt gleichzeitig von 70,8 % auf 62,8 %. Das altersbedingte Ausscheiden von Personal und die stark rückläufige Zahl der Schulabgänger lässt eine Fachkräfteknappheit und einen Nachwuchsmangel auf dem Ausbildungsmarkt erwarten. Dies gilt es auch bei dem weiteren Ausbau des Tourismus- und Gesundheitswesens zu beachten. Den Auszubildenden mangelt es derzeit in Bad Saarow an günstigem und akzeptablem Wohnraum, dies ist deshalb von Bedeutung, wenn junge Bevölkerungsgruppen in Bad Saarow gehalten werden sollen bzw. motiviert werden sollen nach Bad Saarow zu ziehen.

Gleichzeitig wird die Altersgruppe der Bevölkerung im Rentenalter (65 Jahre und älter) in der Region von 84.000 im Jahr 2004 auf rund 112.000 Personen im Jahr 2020 d.h. um ca. 34 % weiter anwachsen. Wird die derzeitige Altersstruktur von Bad Saarow betrachtet, dann ist schon jetzt zu erkennen, dass ein Viertel der Bevölkerung über 65 Jahre ist, dies liegt 4 % über dem Brandenburger Schnitt.

Bad Saarow kann mit Wanderungsgewinnen rechnen

Nachwuchskräftemangel droht auch in Bad Saarow

Der Altersdurchschnitt der Bevölkerung in Bad Saarow ist hoch

Die Prognose sagt aus, dass überproportional hohe Anteile von Senioren an der Gesamtbevölkerung in den Kur- und Erholungs-orten und den diese umgebenden attraktiven Landschaftsräumen zu erwarten sind.

Abbildung 6: Bevölkerungsentwicklung von 1990 bis 2020 nach Struktur-räumen

	1990	2000	2020
Region Oderland-Spree gesamt	452.014	456.861	418.000
Engerer Verflechtungsraum	156.276	179.464	192.000
Äußerer Entwicklungsraum	295.738	277.397	226.000

Quelle: eigene Darstellung

In Bad Saarow sind ca. 48 % der 4.005 Einwohner männlich und ca. 52 % weiblich; bei den unter 6-Jährigen bis zu den 55-Jährigen liegt Bad Saarow unter dem Brandenburger Schnitt, ab 55 Jahren ist der Anteil an Älteren in Bad Saarow über dem Schnitt Brandenburgs. Ein Viertel der Bevölkerung von Bad Saarow ist über 65 Jahre, die Arbeitslosenquote in Bad Saarow liegt bei ca. 10 %, der Schnitt in Brandenburg liegt mit ca. 15 % deutlich höher.

Im Gesundheitswesen ist mit dem HELIOS - Klinikum mit 530 Betten und 15 Fachdisziplinen ein großer, attraktiver Arbeitgeber in Bad Saarow vorzufinden. Weiterhin ist das ostbrandenburgische Tumorzentrum bei der HELIOS - Klinik angesiedelt. Und die Landesrettungsschule Brandenburg e.V. sowie ein Hubschrauberlandeplatz. Von der AWO wird das einzige Schwangerenkurheim Deutschlands in Bad Saarow betrieben, außerdem sind zwei Ärztehäuser und mehrere Badeärzte in Bad Saarow ansässig.

Eine Wohnanlage mit seniorengerechtem Wohnen ist in Bad Saarow vorzufinden, ein weiteres Altenpflegeheim mit 200 Betten befindet sich derzeit im Bau. Weiterhin in der Planung ist ein Pflegeheim für Demenzkranke mit einer Kapazität von 100 Plätzen.

Überproportional viele Senioren in Bad Saarow zu erwarten

HELIOS - Klinikum als großer und attraktiver Arbeitgeber

Bad Saarow ist Bildungsstandort mit einer Grund- und Gesamtschule sowie Kindertagesstätte. Als wichtige Arbeitgeber sind das Klinikum, das Amt Scharmützelsee, die Kur GmbH, das Hotel Esplanade Resort & SPA sowie das Sport & SPA Resort A-ROSA Scharmützelsee sowie weitere touristische Einrichtungen zu nennen. Der wichtigste Wirtschaftszweig des Ortes - neben der medizinischen Versorgung - ist die Kur- und Tourismusentwicklung, wobei Bad Saarow von seiner Sonderfunktion als staatlich anerkanntes Moor- und Thermalsoleheilbad profitiert.

Eine sehr gute Erreichbarkeit über die Autobahn und die überregionale Bahnverbindung, welche stündlich, mit einem Umstieg in Fürstenwalde, nach Berlin fährt, bieten eine vorteilhafte Ausgangsposition.

Die Nähe zu Berlin ist von zwei Seiten positiv zu betrachten, zum einen als Quellmarkt für die (touristischen) Dienstleister in Bad Saarow und zum anderen als Kommunikationsanker für Bad Saarow, mit der Möglichkeit der leichteren Zuordnung.

Im Bereich Industrie besteht ein Gewerbegebiet in der Fürstenwalder Chaussee, eine Erweiterung auf 12 ha ist geplant.

Gewerbeflächen sind in der Alten Saarower Straße (ca. 1 ha) und Am Fuchsbau (ca. 8 ha) ausgewiesen.

Derzeit sind drei weitere Hotels im Bebauungsplan ausgewiesen, ein Standort davon im Bereich der Seestraße (Parkhotel). Eine Gesamtbettenkapazität steht aufgrund der noch nicht abgeschlossenen Planung bislang nicht fest, die maximale Bettenkapazität für Bad Saarow liegt bei drei - bis viertausend Betten im gewerblichen Bereich.

Als neueste Entwicklung auf dem Bad Saarower Tourismusmarkt ist die Ferienwohnanlage Schlosspark gelegen am Theresienhof. Dort sind 138 Einheiten mit einer Bettenkapazität zwischen 4-10 Betten entstanden.

Ein Campingplatz in Bad Saarow Strand genießt derzeit Bestandsschutz. Caravan-Stellplätze gibt es derzeit nicht, diese sind jedoch in der Vorplanung.

Im Jahre 2007 gab es ca. 652 Zweitwohnsitze in Bad Saarow, meist sind dies Berliner Bürger, die sich einen Zweitwohnsitz

**Bad Saarow
auch als
Bildungsstand-
ort**

**Tourismus als
wichtiges
Standbein
neben HELIOS-
Klinikum**

**Nähe zu Berlin
ist positiv zu
betrachten**

**Weiterer Ausbau
der Bettenkapa-
zitäten geplant**

**Caravan-
Stellplätze in
Vorplanung**

zulegen, um dann nach der Pensionierung nach Bad Saarow umzuziehen.

Als klarer Vorteil von Bad Saarow ist die Situation im Gesundheitswesen zu nennen. Durch das HELIOS - Klinikum und die Vielzahl der niedergelassenen Ärzte besitzt es einen deutlichen Wettbewerbsvorteil gegenüber den anderen Kurorten. Dieser Vorsprung sollte konkret genutzt werden und in die Tourismusentwicklung von Bad Saarow integriert werden. Stichworte wie Prävention und Nachbehandlung sind hier zu nennen.

Die wichtigsten Heilmittel in Bad Saarow sind das Moor, die Sole und die Luftqualität.

Folgende Heilanzeigen gelten für Bad Saarow:

- Atemwegserkrankungen
- Herz-Kreislauf-Erkrankungen
- Rheumatische Erkrankungen
- Erkrankungen der Wirbelsäule
- Erkrankungen der Gelenke
- Erkrankung der Inneren Organe
- Stoffwechselerkrankungen
- Gefäßerkrankungen
- Erschöpfungszustände/Stress
- Psychosomatische Erkrankungen
- Depressive Störungen
- Erkrankungen des Nervensystems
- Hauterkrankungen

**Bad Saarow hat
im medizini-
schen Bereich
einen Wettbe-
werbsvorteil**

**Heilanzeigen für
Bad Saarow**

3.2 Einordnung Bad Saarows in die Bäderlandschaft Berlin-Brandenburgs

3.2.1 Masterplan Gesundheitsregion Berlin-Brandenburg

Ziel der Landesregierung ist es, die Gesundheitsregion Berlin-Brandenburg zu dem innovativsten und leistungsstärksten Zentrum der Gesundheitswirtschaft in Deutschland zu machen. Dennoch ist Berlin - Brandenburg in seinen Bestrebungen nicht alleine. Am 10.09.2008 wurde von Seiten der Schleswig-Holsteinischen Landesregierung das Kompetenzzentrum Gesundheitstourismus offiziell den Medien vorgestellt.

Ziele von Berlin und Brandenburg sind, das Gesundheitsbewusstsein ihrer Bürgerinnen und Bürger zu stärken. Sie bieten auf hohem Niveau präventive, kurative und rehabilitative Medizin in der Region an und öffnen sie für Patientinnen und Patienten aus dem übrigen Bundesgebiet wie auch – vor allem unter Nutzung von Städtepartnerschaften – aus dem Ausland. Prävention wird zum Markenzeichen der Region. Der zukünftige Name lautet

„HealthCapital Berlin-Brandenburg“.

Aus Sicht der Nachfrage zeigt sich, dass der überwiegende Teil älterer Menschen bis ins hohe Alter geistig und körperlich rüstig ist – im Jahre 2003 waren dies knapp 90% der über 65-Jährigen lediglich 11,5% waren pflegebedürftig. Unter ökonomischen Gesichtspunkten ist von Bedeutung, dass die ältere Generation derzeit über erhebliches Einkommen und große Vermögen verfügt – auch in Berlin und Brandenburg verfügt der weitaus größte Teil der älteren Generation derzeit über erhebliche Mittel und kann seine Bedürfnisse aus eigenen Mitteln befriedigen. Zusätzlich bewirken die wirtschaftliche Situation wie auch Veränderungen in der Einstellung und den Lebensentwürfen einen Wechsel in den Bedürfnissen vieler älterer Menschen, die sie befriedigt sehen wollen und die sie auch überwiegend selbst befriedigen können: Der höhere Anteil von Freizeit nach der Arbeitsphase führt zu einer verstärkten Nachfrage nach Reisen und anderen Freizeitangeboten. Gesundheit rückt stärker in den Mittelpunkt des Interesses: Gesundheitsförderung, gesunde Ernährung, Wellness, Fitness sowie Gesundheitstourismus werden verstärkt von älteren Menschen nachgefragt; auch Aktivurlaub wird von den Älteren in

Gesundheitsregion Berlin-Brandenburg

HealthCapital Berlin-Brandenburg

Die Mehrzahl der älteren Menschen bleiben bis ins hohe Alter fit

unterschiedlichsten Ausprägungen durchgeführt.

Hier ist es von Bedeutung, dass bedarfsgerechte touristische Komplettangebote für ältere Menschen zur Stärkung des Seniorentourismus entwickelt werden. Ein angestrebtes Ziel ist es, ein (Gesundheits-) Gütesiegel als Vermarktungsinstrument zu schaffen. Weiterhin soll Informations- und Werbematerial für die Gesundheitsregion Berlin - Brandenburg und ihre Gesundheitsangebote erstellt werden.

3.2.2 Tourismuskonzeption des Landes Brandenburg

Im Brandenburg-Tourismus herrscht eine Dominanz der tages touristischen Nachfrage vor. Zwar konnte in den vergangenen Jahren ein Zuwachs bei den Übernachtungen verzeichnet werden, aber dennoch sind die Kapazitäten mit einer durchschnittlichen Bettenauslastung von 35 % nicht genug ausgelastet. Weiterhin liegt eine starke regionale Konzentration der Nachfrage vor. Primärer Quellmarkt ist Berlin und Brandenburg selbst, die Nachfrage aus dem nationalen und internationalen Markt ist noch gering.

Der Tourismus im Reiseland Brandenburg ist heute wichtiger Wirtschaftsfaktor für das Land. Die herausragenden Stärken sind die Natur und Landschaft, die gute Erreichbarkeit der einzelnen touristischen Ziele, die vorhandene Infrastruktur sowie weitere Besucherattraktionen, die Kultur sowie die Gegensätze zwischen den Städten und dem ländlichen Raum. Außerdem gibt es eine Reihe hervorragender Leuchttürme im Gastgewerbe wie zum Beispiel das A-ROSA am Scharmützelsee, das Esplanade in Bad Saarow, Hotel Landhaus Alte Eichen in Bad Saarow, Hotel zur Bleiche in Burg (Spreewald) und Resort Schwielowsee, Werder. Insgesamt haben vier Orte/Regionen eine nationale Bekanntheit. Dies sind: Potsdam, Spreewald, Rheinsberg und Havelland.

Im Themenmarketing setzt das Land Brandenburg auf die Bereiche: Natur, Wassersport, Kultur, Gesundheit & Wellness, Tagungen, Landurlaub, Camping, Ausflüge.

Weitere Stichpunkte für die Entwicklung des Reiselandes Brandenburg sind die Qualifizierung und Kompetenzentwicklung der Beschäftigten. Dies ist deshalb von besonderer Bedeutung, da sich der Wettbewerb um die Gäste zunehmend verschärft und

Schaffung von Komplettangeboten für Senioren

Tagestourismus nimmt in Brandenburg dominierende Rolle ein

Tourismus als wichtiger Wirtschaftsfaktor im Land

Themenmarketing in Brandenburg

Zunehmende Qualifizierung der Beschäftigten

sich die Urlaubsgebiete oftmals nur noch über eine Differenzierung in der Dienstleistungsqualität voneinander unterscheiden.

Die wesentlichsten Strategien für Brandenburg sind:

- Kundenorientierung
- Innovation
- Ökonomischer Nutzen
- Schaffung einer Identität

Im Bereich der tourismusbezogenen Förderpolitik fand eine Verlagerung vom Gieskannen- zum Schwerpunktprinzip statt, dennoch dominiert nach wie vor die Investition in Steine vor der Investition in Köpfe. So fördert zum Beispiel die GA-Förderung (Gemeinschaftsaufgabe "Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur" - GA) ausschließlich Infrastrukturprojekte und keine Qualifizierung von Beschäftigten.

3.2.3 Strategische Marketingplanung 2008 - 2012 der TMB

Die strategische Marketingplanung der Tourismus-Marketing Brandenburg (TMB) sieht eine Steigerung des Bekanntheitsgrades von Brandenburg als Reisedestination sowie die thematische Profilierung sowohl im Inland als auch auf ausgewählten Auslandsmärkten vor. Die Positionierung erfolgt – wie oben bereits angedeutet – über Themen, einem stärkeren Fokus auf dem internationalen Tourismus (Stichworte: Vernetzung mit Berlin und der Flughafen Berlin – Brandenburg - International) sowie dem traditionell starken Segment des Tagestourismus.

Als wichtige Inlandsmärkte aus Sicht der TMB sind anzusehen:

- Berlin
- Sachsen
- Nordrhein-Westfalen
- Niedersachsen
- Hamburg

Bei internationalen Aktivitäten steht das Thema „Kultur“ im Vordergrund. Weiterhin legt die TMB auch einen Fokus auf die Natur, mit der sie auf ausgewählten Auslandsmärkten werben

**Förderpolitik
nach Schwer-
punktförderung**

**Steigerung von
Brandenburg als
Reisedestination**

**Inlandsmärkte
für Brandenburg**

**Internationale
Märkte**

möchte. Die Quellgebiete sind hier:

- Niederlande
- Polen
- Großbritannien
- Skandinavien
- Österreich/Schweiz

Die als sekundäre Märkte definierten Quellgebiete sowie die Perspektivmärkte sollten von der TMB beworben werden.

Für das internationale Marketing gilt aber zu beachten, dass die touristischen Anbieter ebenfalls darauf ausgerichtet sind, d.h. zum Beispiel die Zubereitung bestimmter Speisen oder die Fremdsprachenkompetenz.

3.2.4 Brandenburger Kurorte- und Bäderverband e.V.

Der Brandenburgische Kurorte- und Bäderverband e.V. versteht sich als Partner für all jene, die das gleiche Ziel verfolgen: Vorsorge statt Nachsorge. Dies erfordert allerdings die Umstellung der Lebensweise vieler Menschen. Der Verband sieht in der Verbindung von Gesundheit und Tourismus eine sehr gute Chance, diesen Veränderungsprozess einzuleiten. Die Veränderungen im Gesundheitswesen generell wurden bereits im vorherigen Kapitel dargestellt.

Grundsätzlich wird gesehen, dass Gesundheitsurlauber hohe Ansprüche an Infrastruktur und Servicequalität stellen. Natur und Landschaft geben dem Gesundheitsurlauber einen entsprechenden Rahmen (Natur- und Landschaftsschutzgebiete) und die Möglichkeit, sich im Freien zu betätigen, aktiv seinen Urlaub zu verbringen. Dies trifft im Besonderen auf Bad Saarow zu: mit dem See, den Kiefernwäldern, der guten Luftqualität und den damit verbunden Freizeitmöglichkeiten von Wassersport über Golfen bis zum Wandern.

Aus Sicht des Brandenburgischen Bäderverbandes ist Gesundheitstourismus gleich Qualitätstourismus. Die Qualität resultiert aus dem Kurort als Ganzem, d.h. der Infrastruktur und Qualifizierung der Beschäftigten. Die Ausrichtung auf den Gesundheitstou-

Anbieter sollten ebenfalls auf internationale Gäste ausgerichtet sein

Vorsorge statt Nachsorge

Gesundheitsurlauber haben hohe Ansprüche an Infrastruktur und Servicequalität

Gesundheitstourismus ist gleich Qualitätstourismus

rismus führt zu zusätzlichen wirtschaftlichen Effekten für den Kurort und richtet sich primär an den privat zahlenden Gast, somit auf den sekundären Gesundheitsmarkt.

Gesundheitstourismus in Brandenburg ist eine innovative Form des Gesundheits- und Entspannungstrainings, die Weichenstellung zu einer gesünderen Lebensweise. Er soll dem Gast die Möglichkeit geben, ein höheres Maß an Kompetenz und Selbstbestimmung über die eigene Gesundheit zu erlangen. Dieses Verständnis greift die Veränderungen auf, die mit dem Begriff „Gesundheit“ einhergehen und stellt den Gesundheitstourismus in Brandenburg auf eine holistische Sichtweise.

3.2.5 Einordnung Bad Saarows in Brandenburg

In Brandenburg gibt es Kurorte und Erholungsorte. Im Rahmen dieser Studie wird der Schwerpunkt auf die prädikatisierten Kurorte gelegt, die Erholungsorte werden nicht weiter betrachtet. Da der Tagestourismus eine besondere Gewichtung in Brandenburg hat, werden noch Ausflugsziele/Thermen in Berlin und Brandenburg kurz dargestellt, da diese Wettbewerber u. a. zur SaarowTherme sind. Die Kurorte in Brandenburg sind (in alphabetischer Reihenfolge):

Prädikatisierte Kurorte in Brandenburg:

- Bad Freienwalde (Seenland Oder-Spree)
- Bad Liebenwerda (Elbe-Elster-Land)
- Bad Saarow (Seenland Oder-Spree)
- Bad Wilsnack (Prignitz)
- Belzig (Fläming)
- Buckow (Seenland Oder-Spree)
- Burg (Spreewald)
- Templin (Uckermark)

Als staatlich anerkannte Erholungsorte in Brandenburg zählen:

**Prädikatisierte
Kurorte in
Brandenburg**

**Staatlich
anerkannte**

- Goyatz (Dahme-Seengebiet)
- Himmelpfort (Ruppiner Land)
- Lindow /Mark (Ruppiner Land)
- Lübben (Dahme-Seengebiet)
- Lübbenau (Spreewald)
- Lychen (Uckermark)
- Müllrose (Seenland Oder Spree).
- Neuglobsow (Ruppiner Land)
- Rheinsberg (Ruppiner Land)
- Waldsiedersdorf (Seenland Oder-Spree)
- Wendisch-Rietz (Seenland Oder-Spree)
- Werder/Havel (Havelland)

Im Gegensatz zu den anderen prädikatisierten Kurorten in Brandenburg gibt es keine Kur- oder Rehaklinik in Bad Saarow. Das HELIOS-Klinikum ist keine Kurklinik, aber dennoch von Bedeutung für Bad Saarow, wenn auch primär für die einheimische sowie regionale Bevölkerung. Daraus resultiert auch die relativ geringe durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Gäste in Bad Saarow, denn in Orten mit Kurkliniken (in der Beherbergungsstatistik) ist die Aufenthaltsdauer statistisch betrachtet länger.

Die Landeshauptstadt Potsdam ist das Tourismuszentrum in Brandenburg und damit gesondert zu betrachten. Die Zahl der Ankünfte und Übernachtungen übersteigt um ein Vielfaches die Nachfragesituation der Brandenburgischen Bäder. So generierte Potsdam in 2008 knapp 810.000 Übernachtungen, Burg (Spreewald) hingegen „nur“ 343.000 und lag damit noch deutlich vor Bad Saarow und den anderen Kurorten.

Eine weitere Entwicklung von touristischer Bedeutung innerhalb Brandenburgs ist in Tropical Islands zu sehen, zum einen im

Erholungsorte

Kurkliniken als Nachfragegenerator nicht mehr geeignet

Potsdam als touristisches Zentrum in Brandenburg

Tropical Islands entwickelt sich

Tagestourismus, zum anderen aber bald auch im Übernachtungstourismus. Mit dem Bau der 2000 Ferienhäuser bei Tropical Islands soll nun begonnen werden, sodass sich der Wettbewerb um Übernachtungsgäste auch hier verschärfen wird. Nichtsdestotrotz hat Bad Saarow eine andere Positionierung und zielt nur zum Teil auf Familien ab, dieses Segment wird die am stärksten von Tropical Islands umworbene Zielgruppe sein.

Als weiterer Wettbewerber von Bad Saarow in Brandenburg ist das Resort Schwielowsee genannt worden, wobei dies kein gewachsener Ort, sondern eine Resortanlage mit diversen Freizeitmöglichkeiten ist. Über die Grenzen Brandenburgs hinaus betrachtet, wäre in diesem Zusammenhang auch Fleesensee zu nennen, da hier ein ähnliches Angebot an Freizeitmöglichkeiten wie in Bad Saarow bereitgehalten wird. Fleesensee ist aber kein gewachsener Kurort, sondern eine am Reißbrett geplante Urlaubswelt.

Außerhalb Brandenburgs gibt es eine Vielzahl von Wettbewerbern, da aber nunmehr zunächst als Quellmärkte der Berliner Markt sowie die ostdeutschen Bundesländer betrachtet werden, können als Wettbewerber die Sächsischen Bäder sowie, was den Urlaubsverkehr betrifft, die Ostseeküste sowie die mecklenburgische Seenplatte festgehalten werden.

Im Rahmen der Erstellung des Kurortrahmenplans wurde entschieden, dass die Konzentration und weitere Positionierung von Bad Saarow zunächst auf der Ebene Brandenburgs als „Das Tourismus- und Gesundheitszentrum Brandenburgs“ erfolgen soll, von daher wird eine weitere Betrachtung der Wettbewerber im Umfeld außerhalb Brandenburgs ausgeschlossen. Für die Best Practice Beispiele wurde der Blick über die Grenzen Brandenburgs hinaus vorgenommen, drei verschiedene Kurorte: Norderney, Bad Homburg und Ahlbeck wurden betrachtet, um einen Vergleich zu ziehen und zusätzliche Anregungen zu erhalten. Die Best Practice Beispiele sind von daher nicht als Wettbewerber zu Bad Saarow zu betrachten, sondern als Urlaubsdestinationen, die als Anregungs- bzw. Ideengeber für Bad Saarow dienen können.

In der folgenden Aufstellung sind die Heilmittel der in Brandenburg prädikatisierten Kurorte aufgezeigt; daraus wird ersichtlich, dass Bad Freienwalde, das im Reisegebiet Seenland Oder-Spree liegt,

weiter

Resort Schwielowsee und Fleesensee als Wettbewerber im weiteren Sinne

Best Practice Beispiele außerhalb Brandenburgs

ebenfalls Moorheilbad ist.

Abbildung 7: Heilmittel der prädikatisierten Kurorte

Kurort	Heilmittel
Bad Freienwalde	Moorheilbad
Bad Liebenwerda	Ort mit Peloidbetrieb
Bad Saarow	Thermalsole – und Moorheilbad
Bad Wilsnack	Thermalsole – und Moorheilbad
Belzig	Ort mit Heilquellen-Kurbetrieb
Buckow	Kneippkurort
Burg (Spreewald)	Ort mit Heilquellen-Kurbetrieb
Templin	Thermalsoleheilbad

Quelle: eigene Darstellung

Sonst sind Bad Saarow und Bad Wilsnack die einzigen beiden Bäder, die zwei Heilmittel aufweisen können. Bei Bad Saarow kommt noch als weiteres Heilmittel die ausgezeichnete Luftqualität hinzu, die mit ihrer hohen Sauerstoffkonzentration in Deutschland nahezu führend ist. Templin dagegen ist ebenfalls Thermalsoleheilbad. Grundsätzlich bieten die genannten Kurorte nahezu alle Thermen an, außerdem gibt es weitere Anlagen in nicht prädikatisierten Orten. Ebenfalls sollte Berlin⁸ nicht vergessen werden, das eine Vielzahl von Thermen und Spa-Bereiche besitzt, die für einen Tagesaufenthalt attraktiv sind.

Die einzelnen Kurorte haben teilweise Kur- und Rehakliniken, dies zeigt sich unter anderem an der hohen Aufenthaltsdauer in den einzelnen Orten. Im Anschluss eine Aufstellung über die Indikatio-

**Heilmittel der
Brandenburger
Kurorte**

**Bad Saarow mit
drei Heilmitteln:
Moor, Sole und
Luft**

⁸ Ausgewählte Beispiele von Thermen/Day Spas in Berlin: Thermen Am Pichelssee GmbH, Liquidrom, Surya Villa - Ayurveda Wellness Zentrum und Thermen am Europa Center

nen in den einzelnen Kurorten:

Abbildung 8: Heilanzeigen nach Erkrankungen folgender Organsysteme und Fachbereiche

	Herz- Gefäß- und Kreislauf	Entzündliche rheumatische Erkrankungen	Bewegungsorgane	Magen, Darm, Leber, Galle, Stoffwechsel	Frauenkrankheiten	Nervenleiden	Haut	Atemwege	Erkrankungen im Kindesalter
Bad Freienwalde		x	x		x				
Bad Liebenwerda		x	x						
Bad Saarow	x	x	x		x	x	x	x	
Bad Wilsnack		x	x				x	x	
Belzig	x	x	x		x		x	x	
Buckow	x		x	x	x	x			x
Burg (Spreewald)	x	x	x				x	x	
Templin	x	x	x				x	x	

Quelle: eigenen Darstellung

Der Brandenburgische Kur- und Bäderverband strebt eine eigenständige Profilierung aller Kurorte an und zielt auf Markenbildung ab. Die Prädikatisierung der Kurorte dient als Qualitäts- und Gütesiegel für Gesundheitstourismus. Bad Saarow besitzt zumindest innerhalb der neuen Länder einen hohen Bekanntheitsgrad u.a. auch durch seine Historie zu DDR-Zeiten. Damals war Bad Saarow zum einen Ziel vieler Urlauber, die in Betriebsferienheimen Urlaub machten, zum anderen erreichte es auch durch das Krankenhaus einen hohen Bekanntheitsgrad. Außerhalb der Neuen Bundesländer dürfte Bad Saarow nur bedingt bekannt sein. Eine weitere Destinationsmarke ist der Scharmützelsee⁹, der

Heilanzeigen

Bad Saarow besitzt einen hohen Bekanntheitsgrad in den neuen Ländern

⁹ Der Scharmützelsee wird in der Kommunikation nach außen und innen auch gern als „Märkisches Meer“ bezeichnet, ein Begriff den Fontane geprägt hat. Für die weitere Zukunft sollte abgeklärt werden, welcher der beiden Namen kommuniziert wird.

u.a. auch von A-ROSA als Kommunikationsanker genutzt wird. Gleichzeitig gibt es den Tourismusverein Scharmützelsee e.V., der für die gesamte Region um den See verantwortlich ist. Beide Marken sind als gleich stark einzuordnen, sodass dies bei der zukünftigen Positionierung von Bad Saarow betrachtet werden sollte. Von daher ist eine enge Zusammenarbeit mit dem TV Scharmützelsee e.V. von Bedeutung.

Ziel muss es sein, eine Vernetzung ambulanter und klinischer, touristischer sowie nichttouristischer Leistungsträger bei der Schaffung und Nutzung von Infrastruktur in den Kurorten zu ermöglichen und die Entwicklung und Vermarktung von Produkten sowie die Qualitätssicherung sicherzustellen.

Nachfolgend wird in der Analyse der touristischen Kennziffern, die Situation Bad Saarows im Vergleich mit anderen prädikatisierten Bädern in Brandenburg betrachtet.

3.2.6 Stellung Bad Saarows innerhalb der Kurorte in Brandenburg

3.2.6.1 Bettenkapazitäten im Vergleich

Werden die angebotenen Gästebetten betrachtet, dann zeigt sich, dass die beiden Kurorte Bad Saarow und Burg (Spreewald) die Rangliste anführen. Vom Jahr 2002 auf 2008 verzeichnete Bad Saarow einen Zuwachs von etwas mehr als 500 Gästebetten. Bad Saarow hat insgesamt 1.547 Gästebetten im gewerblichen Bereich¹⁰ und liegt knapp vor Burg (Spreewald) mit 1.500 Betten. Dies ist zweifach als Besonders herauszustellen, da sich in Bad Saarow keine große Kurklinik¹¹ oder Rehakrankenhaus befindet – im Gegensatz zu anderen Kurorten – und die Bettenkapazität des neuen Schlossparks am Theresienhof mit ca. 138 Häusern und ca. 700 Betten in der Statistik bisher noch nicht erfasst ist. Das heißt in letzter Konsequenz, dass sich die Position von Bad Saarow innerhalb der Bäder noch verstärken wird. Einen deutlichen Rückgang der Bettenkapazität verzeichnete Bad Wilsnack, vom Jahr 2002 auf 2008 reduzierte sich die Bettenkapazität um

Vernetzung der Dienstleister vor Ort ist notwendig

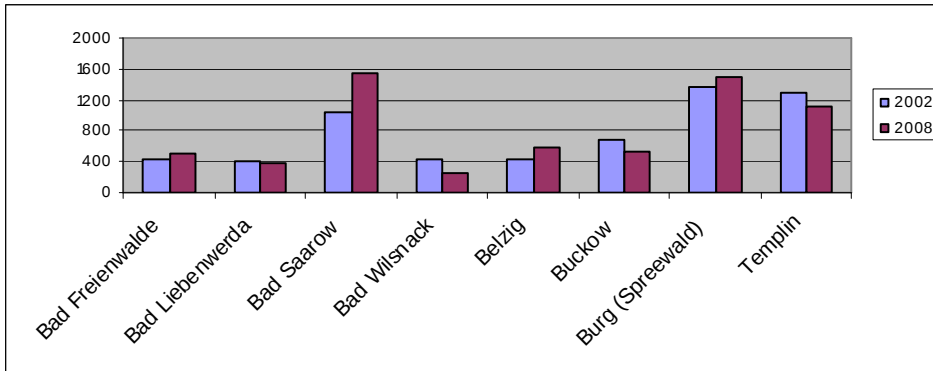
Wachsende Bettenkapazität in Bad Saarow

¹⁰ mehr als 9 Betten

¹¹ Es befindet sich als Kureinrichtung das AWO Schwangerenkurheim in Bad Saarow

186 Betten.

Abbildung 9: Angebotene Betten in den prädikatisierten Kurorten Brandenburgs



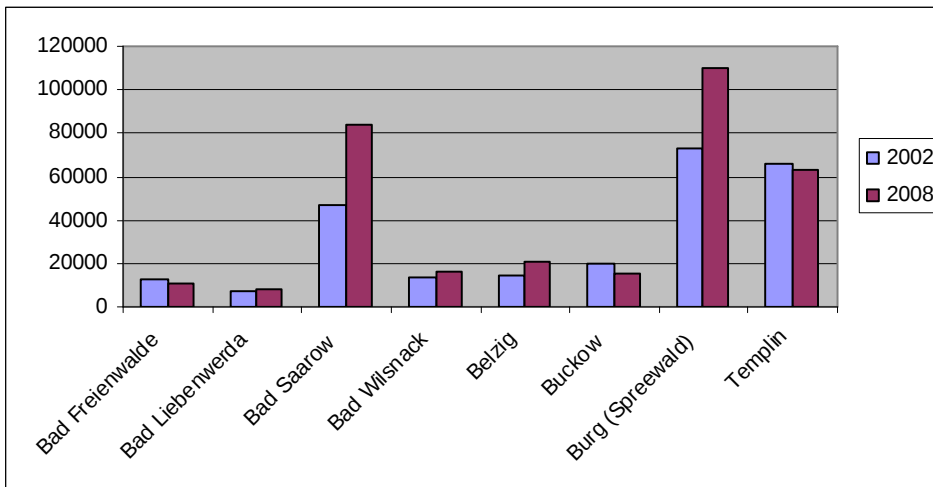
Quelle: eigene Darstellung

3.2.6.2 Ankünfte in den prädikatisierten Kurorten Brandenburgs

Die Ankunftsahlen in den einzelnen Kurorten Brandenburgs entwickelten sich in den letzten fünf Jahren positiv. Besonders deutliche Zuwächse konnten die beiden prädikatisierten Bäder Bad Saarow und Burg (Spreewald) verzeichnen. Burg erzielte ca. 110.000 Ankünfte im Jahr 2008 und Bad Saarow ca. 84.000, das ist ein Wachstum von ca. 80 % im Vergleich zu 2002. Nach Ankünften steht bei den Kurorten an dritter Stelle Templin mit 62.729 Personen, der schwächste Kurort nach Ankünften ist Bad Liebenwerda mit ca. 7.800 Anreisenden.

Bad Saarow und Burg verzeichneten Wachstum in den Ankunftsahlen

Abbildung 10: Ankünfte in den prädikatisierten Kurorten Brandenburgs



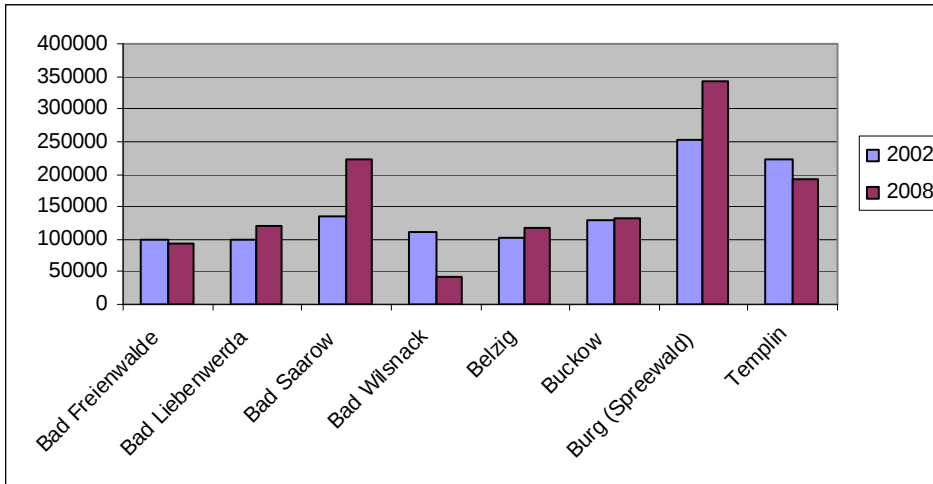
Quelle: eigene Darstellung

3.2.6.3 Übernachtungen in den prädikatisierten Kurorten Brandenburgs

Werden die Übernachtungen betrachtet, dann zeigt sich ein ähnliches Bild wie bei den Ankünften. Die meisten Übernachtungen generiert Burg (Spreewald), mit ca. 343.000 Übernachtungen, an zweiter Stelle bei den Übernachtungen steht wiederum Bad Saarow mit ca. 223.000 Nächten, dies ist eine Differenz von 120.000 Übernachtungen. Die geringste Anzahl an Übernachtungen ist bei Bad Wilsnack, mit 41.375 Nächten zu verzeichnen. Im Mittelfeld liegen Buckow und Bad Liebenwerda.

Bei Übernachtungen ist Burg führend

Abbildung 11: Übernachtungen in den prädikatisierten Kurorten Brandenburgs



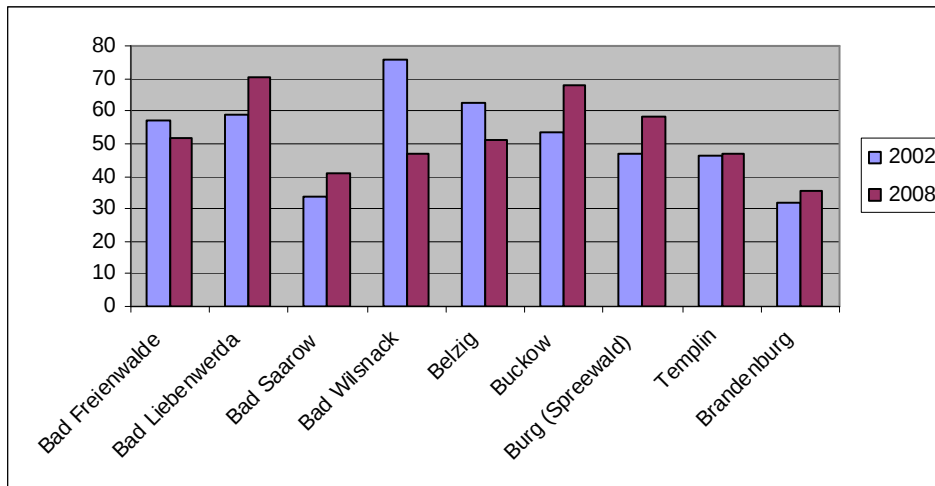
Quelle: eigene Darstellung

3.2.6.4 Durchschnittliche Aufenthaltsdauer und durchschnittliche Bettenauslastung in den prädikatisierten Kurorten Brandenburgs

Bei der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer zeigt sich deutlich, dass keine Kurkliniken und Reha-Einrichtungen in Bad Saarow angesiedelt sind. Die Aufenthaltsdauer beträgt 2,6 Tage und entspricht damit in etwa genau dem Schnitt in Brandenburg. Kurorte wie Bad Liebenwerda und Bad Freienwalde hingegen haben eine Aufenthaltsdauer von 15,3 und 8,5 Tagen. Wichtiger als die durchschnittliche Aufenthaltsdauer ist für die Übernachtungsbetriebe die Bettenauslastung. Bei Neuansiedlung von Hotels in Bad Saarow sollte dies beachtet werden. Die durchschnittliche Bettenauslastung für Bad Saarow liegt bei 41 %, dies ist zwar deutlich über dem Brandenburger Schnitt (35 %), aber auch unter dem Schnitt der anderen prädikatisierten Kurorte. Burg (Spreewald) als wichtigster Wettbewerber von Bad Saarow liegt mit einer durchschnittlichen Bettenauslastung von 58,6 % vor Bad Saarow. Die Bettenauslastung ist – neben dem erzielten Zimmerpreis - vor allem für Beherbergungsbetriebe einer der zentralen Indikatoren für die Wirtschaftlichkeit des Betriebes.

Aufenthaltsdauer in Bad Saarow im Vergleich zu anderen Kurorten niedrig

Abbildung 12: Durchschnittliche Bettenauslastung in den prädikatisierten Kurorten Brandenburgs



Quelle: eigene Darstellung

3.3 Positionierung Bad Saarows in Brandenburg

Werden nun alle einzelnen Aspekte zusammengefasst, zeigt sich, dass Bad Saarow eine sehr gute Ausgangsposition besitzt, was die Positionierung als das Gesundheits- und Wellnesszentrum in Brandenburg betrifft. Durch die einzigartige Landschaft und weiterer Rahmenbedingungen (Gesundheitswesen, bestehende Wellnessanlagen, Freizeit- und Sportmöglichkeiten in der freien Natur, kulturelles Angebot) bietet es sich nahezu an, ganzheitliche Gesundheitskonzepte sowie Aktivurlaub touristisch zu vermarkten. Was das kulturelle Angebot betrifft, ist es naheliegend die historische Vergangenheit Bad Saarows noch stärker herauszustellen und in die Vermarktung einzubauen. Das Segment Tagungen und Seminare wird als Wachstumssegment aufgenommen mit der Intention in nachfrageschwachen Monaten Auslastung zu generieren. In der Außendarstellung bleibt zu überprüfen inwiefern der Begriff „Kur“ für Bad Saarow noch eingesetzt werden soll. Umfragen haben gezeigt, dass die Mehrheit der Bevölkerung mit dem Wort Kur veraltete Konzepte, kranke Menschen und Kliniken in Verbindung bringt. inspektour schlägt vor im Marketing nicht mehr auf den Begriff „Kur“ zu setzen. Dies trifft sowohl für den Tagestourismus wie auch auf den Übernachtungsgast zu. Kritischer ist die Positionierung Bad Saarows als Tourismuszentrum in Brandenburg zu sehen, hierzu gibt es eine Vielzahl von Mitbewerbern (z.B. Potsdam, Spreewald) und die Alleinstellung ist hier bei

Bad Saarow besitzt ausgezeichnete Voraussetzungen im Bereich Gesundheits- und Wellness-tourismus

Nutzung des Begriffes „Kur“ im Marketing

weitem nicht so gut wie dies im Segment des Wellness-, Gesundheits- und Aktivtourismus ist. Nach der bundesweiten Positionierung könnte in einem Folgeschritt die internationale Ausrichtung erfolgen, allerdings auf selektierten Quellmärkten. Wichtigster Wettbewerber in Brandenburg stellt Burg (Spreewald) dar. Zwar gibt es noch weitere Thermenanlagen in und um Berlin sowie einzelne Resorts (z.B. Schwielowsee) oder Tropical Islands mit zukünftig einer hohen Übernachtungskapazität, dies sollte Bad Saarow aber nicht hindern, sich erfolgreich als ganzheitliche Gesundheit-, Wellness- und Wohlfühldestination mit kulturellem Angebot in Brandenburg (und darüber hinaus) zu positionieren, da dieses umfassende Produkt „Bad Saarow“ in dieser Einzigartigkeit schwer zu erreichen ist.

Weiterhin sollte Bad Saarow auch weitere Chancen nutzen, die außerhalb des Tourismus und dem HELIOS-Klinikum liegen. Gerade durch die Nähe zu Berlin und die Eröffnung der neuen Flughafens Berlin-Brandenburg-International bieten sich für Bad Saarow Möglichkeiten der Entwicklung.

Kurzer ergänzender Exkurs:

Bad Saarow bewirbt sich für das Jahr 2018 um den Ryder Cup, das prestigeträchtigste Golfturnier der Welt. Es wird alle zwei Jahre durchgeführt und dabei treten die besten Golfer als Mannschaften Europas und der Vereinigten Staaten gegeneinander an. Im Jahr 1927 fand erstmals der Cup statt, indem ein Team aus Großbritannien gegen ein Team aus den USA antrat. Der Name Ryder resultiert von Samuel Ryder, der damals den Pokal und das Preisgeld stiftete. Inzwischen geht es nicht mehr darum, Preisgeld zu gewinnen, sondern das Prestige ist entscheidend.

Weitere Chancen für Bad Saarow

Ryder Cup als Promotion-möglichkeit für Bad Saarow auf internationaler Ebene

4. Überprüfung des Kurortrahmenplans 1994 – Abgleich: Zusammenfassender Überblick über erzielte Umsetzung und noch bestehende Aufgaben

Der aus dem Jahre 1994 stammende Kurortrahmenplan wurde im Zuge der Weiterentwicklung überprüft und notiert, welche der Maßnahmen umgesetzt wurden und welche nicht zur Realisierung gelangt waren. Der Abgleich erfolgte mit unterschiedlichen Akteuren. Festzuhalten gilt, dass der Großteil der Maßnahmen umgesetzt und nur ein kleinerer Bereich nicht erfüllt wurde. Viele Infrastrukturmaßnahmen (z.B. Bau der Therme, Restaurierung des Moorbades, Verkehrsberuhigung, Ausbau des Uferweges) sind realisiert worden. Auch zeigte sich bei den Gesprächen mit den einzelnen Experten, dass dieser Kurortrahmenplan aus dem Jahre 1994 lange Zeit als Richtlinie diente. Vor allem in den ersten Jahren nach der Verabschiedung des Kurortrahmenplans wurde konstruktiv zusammengearbeitet und sehr viel umgesetzt. Dies ist als besondere Leistung zu betrachten. Nichtsdestotrotz ist eine Überarbeitung dessen sinnvoll. Solche Maßnahmen, die nicht umgesetzt wurden, werden später nochmals aufgeführt, sodass eine Mischung zwischen neuen und alten Maßnahmen entsteht. Außerplanmäßig entstanden sind in der Zwischenzeit Seniorenwohnanlagen.

Überprüfung des alten Kurortrahmenplans

Viele Infrastrukturprojekte wurden umgesetzt

Überprüfung des Kurortrahmenplans aus dem Jahre 1994

Oberziel¹²: Bereich Landschaft		
Maßnahmen	Erfüllt (ja/nein)	Anmerkungen
Erhaltung, Schutz und Pflege der Flora und Fauna, entsprechend den Vorgaben der bestehenden Landschaftsgesetzgebung (auch Biotopenschutz)	im Wesentlichen ja	
Sperrung Scharmützelsee für private Motorboote nördlich des „Großen Werl“	nein	Bundeswasserstraße, kann nicht gesperrt werden
Minimierung der Bootsanlegestellen (nordwestlicher Seeuferbereich) bei gleichzeitiger Konzentration und Kapazitätserhöhung der vorhandenen Vereinsanlagen (200 Plätze)	ja	Neubau der Freilichtbühne und Fontanepark
Verbot „Dauieranlegung“ von Fahrgastschiffen per Satzung der Gemeinde	nein	Kooperation zwischen verschiedenen Reedereien

12 Der Begriff „Oberziel“ ist aus unserer Sicht nicht korrekt, eher sind dies Themenfelder. Da diese Aufstellung aber aus dem Kurortrahmenplan von 1994 stammt, wurde die Begrifflichkeit gelassen

Oberziel: Bereich Landschaft		
Maßnahmen	Erfüllt (ja/nein)	Anmerkungen
Einrichtung eines Bootshafens mit Ver- und Entsorgung an der südlichen Gemeindegrenze zur Gemeinde Diensdorf - Radlow	nein	Jetzt im Fontanehafen im Fontanepark
Parkanlagen (Kleist, Fontane, Cäcilien etc.) auslichten und gärtnerisch gestalten	zum Teil	Platz am Stein muss noch gestaltet werden
Liegewiesen für Kurgäste mit bereitgestellten Liegen (kostenfreie Benutzung)	nein	Sollte weiter verfolgt werden, aber Rauditum
Reitwegenetz ausweisen und verbinden	ja	
Waldwege zur Nutzung des Aktiv-Sports (Mountain – Bike - Rundkurs)	nein	Prüfung, ob Weiterverfolgung sinnvoll
Anlage eines durchgehenden Uferwanderweges zwischen Saarow - Dorf und Pieskow	nein	Teilstück vom Kurpark bis zum Platz am Stein ist umzusetzen, Weiterführung bis Pieskow nicht erforderlich
Erweiterung des Uferwanderweges zum Rundwanderweg um den Scharmützelsee Amtsbereich	ja	

Oberziel: Siedlung		
Maßnahmen	Erfüllt (ja/nein)	Anmerkungen
Vermögenssicherung der Gemeinde durch Rückübertragung ihr zustehender Grundstücke in das Gemeindevermögen	ja	
Gestaltungssatzung für Gemeindeteile vor allem für zentralen Kurbereich	ja	
Ensembleschutz für Saarow - Dorf und Pieskower Dorfanger sowie Bahnhofplatz in Saarow	ja	Ensemble weitestgehend erhalten
Sanierung und Erhaltung des Gebäudes Moorheilbad	ja	
Sanierung und Erhaltung des Wasserturms	nein	Wasserturm bis 2007 in Nutzung/Gastronomische Nutzung angestrebt
Erhaltung des kurörtlichen Charakters und typischen Siedlungs- bzw. Ortsbildes durch flächendeckende Bebauungspläne	ja	

Oberziel: Siedlung		
Maßnahmen	Erfüllt (ja/nein)	Anmerkungen
Ausweisung eines reinen Wohngebietes zwischen Silberberger Chaussee und Wegeverbindung östlich Dachsberg zwischen Gaststätte Dachsberg und Silberberg	nein	Außenbereich
Schaffung einer Gemeindesatzung zur Limitierung von Zweitwohnsitzen	nein	Begrenzung rechtlich nicht möglich
Ausweisung eines allgemeinen Wohngebietes mit Sondereinrichtung Sport- und Freizeitpark zwischen Pieskower Chaussee, Bahnlinie, Bahnhof Pieskow und Parkplatz Helios - Klinikum	nein	In Planung
Festschreibung des bestehenden Gewerbegebietes Fürstenwalder Straße	ja	Erweiterung ist beabsichtigt
Ausschreibung eines jährlichen Wettbewerbs in Zusammenarbeit mit der LS o. ä. „Unser Bad Saarow wird schöner“, Verschönerungs- und Gestaltungswettbewerb mit jährlicher Prämierung	nein	Sollte gemacht werden

Oberziel: Siedlung		
Maßnahmen	Erfüllt (ja/nein)	Anmerkungen
Errichtung von Gebäuden des sozialen Wohnungsbaus im ehemaligen GUS-Gebiet Neu - Golm	nein	Eigenheimbebauung, z.T. limitiert
Sanierung und Erhaltung weiterer Einzelgebäude entsprechend Denkmalschutzlisten FNP	ja	
Abriss der Plattenbauten am Karl-Marx-Damm im Kurparkbereich (ohne folgenden Neubau an dieser Stelle)	nein	Rechtlich nicht möglich, Wohnungen von Bund an Privateigentümer verkauft
Abriss und Neubau der Mehrfamilienhäuser zwischen Pieskower Straße und Karl-Marx-Damm (Sanierung erhaltenswerter Substanz)	nein	Rechtlich nicht möglich, Wohnungen von Bund an Privateigentümer verkauft
Baulückenschließung im Gesamtbereich Saarow - Mitte	ja	

Oberziel: Kommunale Infrastruktur		
Maßnahmen	Erfüllt (ja/nein)	Anmerkungen
Fertigstellung der Be- und Entwässerungshauptleitung (Ringleitung)	ja	
Anschluss aller Gebäude an das neue Be- und Entwässerungssystem	ja	Soweit laut Satzung geregelt, Kleinkläranlagen möglich
Flächendeckende Installierung von schadstoffarmen Heizungssystemen	ja	
Installierung einer Uferpromenadenbeleuchtung (Uferweg) zwischen Graben und Fontanepark	ja	
Sanierung und Erneuerung der Straßen- und Wegebeleuchtung	ja	Weitestgehend erledigt, mit Straßenneubau gleichzeitig Erneuerung, Schwerpunkt i. d. weiteren Entwicklung Saarow Strand

Oberziel: Verkehr		
Maßnahmen	Erfüllt (ja/nein)	Anmerkungen
Sanierung der gemeindlichen Haupteerschließungsstraßen	zum Teil	Fehlt: Saarow Strand, Reichenwalde, Friedrich-Engels-Damm, Randbereiche
Sanierung und Einbau von Verkehrsberuhigungsmaßnahmen der Gemeindestraßen im zentralen Kurbereich	ja	
Verkehrslenkungs- und Verkehrsberuhigungsmaßnahmen - Tempo 30 - Fußgängerzone Seestraße zwischen Seestern und Pieskower Straße	ja	
Sperrung für den Durchgangsverkehr: - Zentraler Kurbereich - Uferstraße/Parkstraße - Saarow-Mitte zwischen Pieskower Straße und Umgehungsstraße (Ausnahme Lindenstraße)	ja	

Oberziel: Verkehr		
Maßnahmen	Erfüllt (ja/nein)	Anmerkungen
Einrichtung einer zentralen Tankstelle mit Service-Center im neuen Sport- und Freizeitbereich Pieskower Chaussee	nein	In Planung, Realisierbarkeit steht in Frage
Sicherung des Schienenverkehrs für Bad Saarow-Pieskow und Qualitätsverbesserung der Anbindung an den Raum Berlin	ja	Erweiterung bis zum HELIOS-Klinikum in Planung, Verlängerung bis Beeskow zu prüfen
Sanierung der gemeindlichen Nebenstraßen (ohne bisherige Beläge)	zum Teil ja	Entsprechend der Haushaltslage der Gemeinde zu realisieren
Unversiegelte Wegebefestigung eines Terrainwegs ausschließlich für Fußgänger im Bereich der Wierich - Wiesen	ja	
Einrichtung von Ampeln	nein	Kreisellösungen
Planung und Einrichtung von Kfz-Stellflächen in den tangentialen Siedlungsrandbereichen bei gleichzeitigem Parkverbot in den Uferrandbereichen	ja	

Oberziel: Verkehr		
Maßnahmen	Erfüllt (ja/nein)	Anmerkungen
Beseitigung der Parkuhren im Ortsbereich bei gleichzeitiger Einrichtung von Parkscheinautomaten	nein	Gratisparken/Parkscheiben
Schaffung einer Stellfläche für Kfz im Bereich zwischen Karl-Marx-Damm – Graben – Pieskower Str. für das neue Bade- und Therapiezentrum und den Einzelhandelsbereich Seestraße/Ulmenstraße/ Pieskower Straße mit Zufahrtsregelung (Automaten) und Verrechnungsmöglichkeit bei Einkäufen bzw. Badebesuch	ja	Parkhaus
Sanierung der bereits belegten Nebenstraßen	zum Teil	Entsprechend der Haushaltslage der Gemeinde zu realisieren
Einrichtung eines Parkdecks am HELIOS - Klinikum	nein	Erweiterung des Parkplatzes und saniert

Oberziel: Verkehr		
Maßnahmen	Erfüllt (ja/nein)	Anmerkungen
(Die insgesamt 63 km Gemeindestraßen sollen stufenweise im Verlauf der kommenden 10 Jahre erneuert werden) Bereits saniert: • Bereich Alte Eichen und Dorfanger Alte Eiche • Dorfanger Pieskow • Bereich Platanenstraße – gesamtes Nordufer bis Brücke Karl-Marx Damm • Karl-Max-Damm • Robert-Koch-Straße • Südliche Forsthausstraße • Am Weinberg (teilweise) • Kolpiner Str. incl. Marienhöher • Bahnhofplatz • Amtsgewerbepark • Geschwister Scholl-Straße • Waldweg • Meckerdorfer Weg • Meckerdorfer Ring • Silberberg • Schwarzen Weg	zum Teil	Entsprechend der Haushaltslage der Gemeinde zu realisieren

Oberziel: Bevölkerung		
Maßnahmen	Erfüllt (ja/nein)	Anmerkungen
Erstellung und Umsetzung einer Innenmarketing-konzeption zur Motivation der Wohnbevölkerung zur Erlangung einer starken Bindung bzw. Identifikation mit Bad Saarow-Pieskow	nein	Mit Fortschreibung des Kurortrahmenplans zu schaffen

Oberziel: Landwirtschaft, Forstwirtschaft, Fischerei		
Maßnahmen	Erfüllt (ja/nein)	Anmerkungen
Übergabe des Gartenbetriebs zur freien Nutzung an die Schule zur Einrichtung von Arbeitsgemeinschaften (Einbeziehung in den Unterricht zur Pflanzenproduktion)	nein	Gartenbetrieb verkauft
Entwicklung und Durchführung eines Gemeinschaftsprogramms „Umwelt Bad Saarow 2000“ unter aktiver Beteiligung von Gemeinde, Bad Saarow GmbH sowie Land- und Forstwirtschaft, Fischerei und Vereinen zur Erhaltung und Pflege der Erholungslandschaft sowie zur Anlage und Pflege eines Wanderwegenetzes, sowie zur Ausweisung von Uferschutzzonen	nein	„Umwelt selber machen“ Programm der Bundesregierung

Oberziel: Produzierendes Gewerbe, Handwerk		
Maßnahmen	Erfüllt (ja/nein)	Anmerkungen
Erhaltung der jetzigen Struktur bei gleichzeitiger Vermeidung der Ansiedlung immissionsträchtiger Betriebe, die zu einer Störung des kurörtlichen Charakters führen könnten	ja	
Vorrangige Behandlung bei der Ansiedlung von Zulieferbetrieben für die Versorgung der Bereiche Kur- und Fremdenverkehr (z.B. Nahrungsmittelproduktion bzw. -vertrieb)	nein	Sollte beibehalten werden

Oberziel: Handel und Dienstleistungen		
Maßnahmen	Erfüllt (ja/nein)	Anmerkungen
Festschreibungen der Zentrumsfunktion von Bad Saarow - Mitte für Handel und öffentliche Dienstleistungen	ja	Ladenzentrum ja, noch nicht realisiert
Ausweisung vom Bahnhofplatz, Ulmenstraße zwischen Bahnhofplatz zwischen Karl-Marx-Damm, östl. Straßenseite Karl-Marx-Damm zwischen Ulmenstraße und Seestraße zwischen Karl-Marx-Damm und Pieskower Straße für die Anlage von Einzelhandelsgeschäften (nach Möglichkeit als Einkaufspassagen)	ja	Noch nicht umgesetzt
Ausweisung von Nebenzentren für den Einzelhandel für den Ortsteil Pieskow (Pieskower Chaussee) sowie im Ortsteil Saarow Strand an der Strand-Straße	ja	
Konzentration der öffentlichen Dienstleistungen auf den Bereich Saarow - Mitte	ja	

Oberziel: Handel und Dienstleistungen		
Maßnahmen	Erfüllt (ja/nein)	Anmerkungen
Gründung Einzelhändlerverband mit Beratungsfunktion gegenüber Gemeinde	nein	Sollte noch realisiert werden

Oberziel: Sport, Kultur, Freizeit		
Maßnahmen	Erfüllt (ja/nein)	Anmerkungen
Bau eines „Sport- und Freizeitzentrums Bad Saarow-Pieskow“ (Halle mit 600 Sitzplätzen, Bühne, Vereinsräume, Squash- und Badmintonzentrum, Kegel- bzw. Bowlingbahn, Disco, Kino, Gastronomie, drei Tennisplätze)	nein	Sollte nochmals kritisch überprüft werden (Wirtschaftlichkeit), Badminton und Vereinsräume erfüllt
Langfristige Grundstückssicherung für Wassersportvereine	ja	
Festgeschriebene Nutzung des Becher-Clubs als Kulturzentrum mit Leseräumen, Spielzimmern sowie für kulturelle Kleinveranstaltungen	nein	Rückgabe an Alteigentümer, alternativ dazu Moorbad
Strategiekonzept für publikumswirksame Veranstaltungen von überregionaler Medienbedeutung	nein	Gegenwärtig kein Konzept vorhanden, publikumswirksame Veranstaltungen ja
Bau von 5 Tennisplätzen (im Außenbereich mit Clubhaus); davon zwei Plätze sofort zu erstellen	ja	Sporting Club Berlin

Oberziel: Sport, Kultur, Freizeit		
Maßnahmen	Erfüllt (ja/nein)	Anmerkungen
Gemeinsames Finanzierungskonzept Gemeinde/Bad Saarow/Vereine zur Sanierung der Vereinsanlagen	nein	Vereinsanlagen saniert, Gemeinde hat dabei unterstützt
Bau einer gemeinschaftlich zu nutzenden Slip-Anlage	nein	Erfolgt über die Vereine bzw. in Wendisch-Rietz
Sanierung der Freilichtbühne incl. Publikumsbereich	zum Teil	
Zusammenwirken der Vereine mit der Bad Saarow GmbH zur Gewinnung nationaler und internationaler Institutionen in Pieskow mit jährlich stattfindenden Tagungen und Kongressen	zum Teil	Soll weiter intensiviert werden
Anlage von Gemeinschaftsstegen der Segelsportvereine für max. 100 Boote (Festschreibungsverpflichtung der Kapazität)	ja	Sollte weitergeführt werden, Schaffung weiterer Sammelstege

Oberziel: Fremdenverkehr		
Maßnahmen	Erfüllt (ja/nein)	Anmerkungen
Einrichtung von Jugend und Familienerholungsunterkünften in Bad Saarow - Strand	nein	B-plan ist rechtskräftig, kann umgesetzt werden
Einrichtung von Hotels und Pensionen im Schwerpunktgebiet Bad Saarow Mitte sowie Pieskow	zum Teil	Weitere Hotelbetten (ca. 800 – 1.000)
Einführung einer FV - Abgabe für alle Fremdenverkehrs- bzw. fremdenverkehrsabhängigen Betriebe	nein	Sollte unter dem Gesichtspunkt des Tourismusmanagers überprüft werden Preise für Übernachtungen ist jetzt schon hoch, weitere Verteuerung befürchtet
Kategorisierung der Fremdenverkehrsbetriebe durch HoGa	ja	Freiwillig
Strikte Einhaltung und Durchsetzung der Vorgaben des Brandenburgischen Kurortgesetzes	ja	
Einrichtung von Nichtraucherbereichen in allen HoGa - Betrieben	ja	

Oberziel: Fremdenverkehr		
Maßnahmen	Erfüllt (ja/nein)	Anmerkungen
Einrichtung einer zentralen Anlauf- und Buchungsstelle für Unterkünfte mit Standort Bahnhofsbplatz (ganzjährig), sowie Ortsteil Strand	Zum Teil	Zentrum ja/Strand zu prüfen
Beantragung einer Lizenz zum Betrieb einer Spielbank in Bad Saarow	ja	Brandenburgisches Spielbankgesetz sieht vor, dass nur in größeren Städten Spielbanken erlaubt sind
Informations- und Orientierungstafeln mit Parkleitsystem an den Einfallstraßen Fürstenwalder Straße/Umgehungsstraße, Reichenwalder Straße/Silberberger Chaussee an südlicher Gemeindegrenze sowie Pieskower Chaussee von Süden vor Ortsteil Pieskow	ja	
Informationssystem (Schilder) als Hinweis zu Beherbergungsbetrieben und Gaststätten sowie zu FV- und Kureinrichtungen im Ortsbereich	ja	
Sanierung der Strandbäder sowie ständige Hygienekontrolle der Ufer- und Liegebereiche	ja	

Oberziel: Fremdenverkehr		
Maßnahmen	Erfüllt (ja/nein)	Anmerkungen
Großschach und Großmühlefelder in Fontane- und Kleistpark, Bocciabahn	nein	Nur Großschach an der Freilichtbühne realisiert
Einrichtung einer Mingolf-Anlage am Cäcilienpark	ja	
Erneuerung und Ergänzung der vorhandenen Wasserspielgeräte in den Strandbädern	nein	Sollte beibehalten werden, allerdings rechtliche Probleme bei unbewachten Stränden
Einrichtung einer Trimm-Aktiv-Pfades mit parallel verlaufender Mountain – Bike - Strecke als Rundkurs im Bereich „Hoher Zaunberg“	nein	Nordic Walking Park realisiert, sollte beibehalten werden
Einrichtung einer Bogensportanlage an der Silberberger Chaussee	nein	Sollte weiter erfolgt werden, jedoch Ansiedlung bei weiteren Freizeitangeboten
Schaffung rustikaler Übernachtungsmöglichkeiten für Jugendliche und Familien an Reiterhöfen	zum Teil	Nachbargemeinden
Kapazitätsobergrenze von 4.000 Fremdenbetten	ja	Festschreibung bei ca.3.200

Oberziel: Fremdenverkehr		
Maßnahmen	Erfüllt (ja/nein)	Anmerkungen
Abenteuer bzw. Erlebnisspielplatz in Bad Saarow Strand mit öffentlichem Grillplatz	zum Teil ja	Grillplatz schaffen

Oberziel: Kurwesen		
Maßnahmen	Erfüllt (ja/nein)	Anmerkungen
Endgültige Sicherstellung der Grundstücksübertragungen an die Gemeinden, v. a. bei Moor-Lager, Solelager und im Kurparkbereich	ja	
Sofortiges Anerkennungsverfahren als Sole- und Moorheilbad gemäß §3 BbgKOG vom 14.02.1994	ja	
Gründung der Bad Saarow GmbH	ja	
Ausweisung der Indikationsbereiche mit anerkannter badärztlicher Betreuung <u>Hauptindikationen:</u> - Erkrankungen des rheumatischen Formenkreises - Atemwegserkrankungen - Erkrankungen des Stütz- und Bewegungsapparates	ja	

Oberziel: Kurwesen		
Maßnahmen	Erfüllt (ja/nein)	Anmerkungen
<u>Weitere Indikationsbereiche:</u> - Neuro-otologische Erkrankungen - Herz-, Kreislauf- und Gefäßleiden - Psychosomatische Erkrankungen - Stress- und berufsbedingte Krankheitsbilder - Osteoporose	ja	
Ausweisung „Sondergebiet Kurbereich“ gemäß §5 BbgKOG Aufteilung: - Zentraler Kurparkbereich - Kurwohnen und Erholung - Kurwohnen, Erholung und Kurzentrum - Kurmedizinische Einrichtungen, Kurwohnen und Erholung	ja	

Oberziel: Kurwesen		
Maßnahmen	Erfüllt (ja/nein)	Anmerkungen
Bau eines Bade- und Therapiezentrums in Hanglage (Standort: südwestlich Hotel Viktoria): - Gesamtfläche 5.000 qm - Material: Holz und Glas in den Sichtbereichen - Solebewegungsbad - Becken für Unterwasser-Bewegungstherapie - Einrichtungen für moderne Kneipp-Therapie - Raumgestaltung ohne „klinischen Charakter“ - Abteilung „Physikalischen Therapie“ - Sauerstoff-Therapie-Zentrum - Zentrum für traditionelle chinesische Medizin - Überdachter Wandelgang (Länge 80 m) als Freiluftinhalatorium mit anschließendem Pavillion für Rauminhalation und Trinkkur	ja	
Sanierung des Moorheilbades und Ausbau „Gesundheitszentrum Brandenburg“ (Pilotprojekt des Landes).	ja	Wird derzeit umgesetzt
Raumeinheiten für Selbsthilfegruppen etc. Arztvorträge, musische Aktivitäten	ja	

Oberziel: Kurwesen		
Maßnahmen	Erfüllt (ja/nein)	Anmerkungen
Entwicklung und Einführung der Schwerpunktprogramme: - Super Check-Up - Mutter-Baby-Kur - Teilstationäre AHB (mit Helios-Klinikum) - Rheuma Kompakt Kur - Ambulante AHB	zum Teil	Teilstationäre AHB und Ambulante AHB in Zusammenarbeit mit dem Helios-Klinikum
Erarbeitung und Beschluss einer Kurtaxsatzung	ja	
Räumlicher Geltungsbereich „Zentraler Kurparkbereich“ in Übereinstimmung mit Planungsbüros Machleidt/Markstein und Lindner/Clasing mit restriktiver Gestaltungssatzung	teilweise	
Ausweisung von strengen Verkehrsberuhigungsmaßnahmen im zentralen Kurparkbereich	ja	
Ausweisung und Einrichtung von 2,5 ha für Moorabbau in den Wierich Wiesen mit Regenerationsanlage	ja	

Oberziel: Kurwesen		
Maßnahmen	Erfüllt (ja/nein)	Anmerkungen
Bohrung und Neufassung der Solequellen im Kurparkbereich (Nähe Therapiezentrum)	ja	
Gründung und Einrichtung Europäisches Forschungsinstitut für Naturheilverfahren	nein	Sollte weiter verfolgt werden
Sanierung Bachlauf im Kurpark (vom Wasserwerk zum Uferbereich)	ja	
Beseitigung von Baum- und Buschwildwuchs bzw. Durchlichtung und Durchlüftung des gesamten Kurparks	ja	
Beseitigung von Tennis- und Volleyballplätzen im Kurparkbereich	ja	
Striktes Verbot von Genehmigungen für Neubauvorhaben im Kurpark für private Nutzung	ja	

Oberziel: Kurwesen		
Maßnahmen	Erfüllt (ja/nein)	Anmerkungen
Ausweisung von Terrain-Kurwegen mit Ausgangspunkt Therapiezentrum	ja	
Sanierung und Renovierung des Veranstaltungssaales der GUS-Streitkräfte als Kurpark-Café (Tanz, Kleinkunst, Varieté)	ja	
Sanierung und Umbau des ehemaligen Mutter-Kurheims zu einer Einrichtung für Mutter-Baby-Kuren/Mutter-Kind-Kuren	nein	Heute Wohnanlage, Schwangerenkurheim
Westl. Saarow Mitte im angrenzenden Waldgebiet Freiluftkneippanlage	nein	Weiter verfolgen
Restaurierung der Brücke über dem Graben (Karl-Marx-Damm)	ja	Muss wieder gemacht werden
Sanierung erhaltenswerter Bausubstanz im Kurpark	zum Teil	Nicht überall

Oberziel: Kurwesen		
Maßnahmen	Erfüllt (ja/nein)	Anmerkungen
Restaurierung des „Wasserturms“ und Nutzungsverordnung als Gastronomieeinrichtung (Kommunikationsbereich)	nein	Soll als Gastronomie/Beherbergung genutzt werden
Schaffung von Einrichtungen für stationäre Kurmaßnahmen mit einer Gesamtkapazität von 600 Betten	nein	Im Rahmen der Krankenkassen sind kleine Einrichtungen in Bad Saarow anzusiedeln, derzeit 100 Betten für Demenzkranke in Planung

5. Bad Saarow als Gesundheits-, Wellness- und Wohlfühldestination in Brandenburg - Rahmenbedingungen

Das folgende Kapitel stellt die Grundlagen, auf denen der Tourismus in Bad Saarow basiert, dar. Dies sind zum einen die Naturlandschaft sowie deren Ressourcen (Moor, Sole, Luft), die Kulturlandschaft (Lesser Landhaussiedlung) und die touristischen sowie im Gesundheitswesen aktiven Akteure.

5.1 Natürliche Gegebenheiten

Bad Saarow liegt etwa 70 km südöstlich von Berlin am Scharmützelsee in der Saarower Hügellandschaft auf der Beeskower Platte am Rand der märkischen Hochfläche. Kennzeichnend für die Saarower Hügellandschaft sind die flachwellige Grundmoränenlandschaft, reliefstarke Endmoränenzüge und die ehemalige subglaziale Schmelzwasserrinne, welche heute den Scharmützelsee bildet. Das Einzugsgebiet des Sees erstreckt sich über etwa 112 km² und besteht zu ca. 60% aus Waldland, 30% landwirtschaftlicher Nutzfläche und etwa 10% Siedlungsfläche. Die umliegenden Moränenhöhen sind überwiegend mit Kiefernwäldern bedeckt und werden forstwirtschaftlich genutzt. Zwischen dem Scharmützelsee und dem Großen Storkower See liegt das einzige Naturschutzgebiet der Region. Dies setzt sich aus den Kanalwiesen bei Wendisch-Rietz zusammen und bietet unter anderem einen Lebensraum für gefährdete Arten der Feucht- und Frischwiesen. Der effektive Schutzgebietsanteil liegt mit 0,9% an der Gesamtlandschaftsfläche (0,9% sind Flora-Fauna-Habitat und 0,7% davon Naturschutzgebiet) relativ niedrig.¹³ Allerdings ist das Gebiet um den See mit einer Fläche von 12.432 ha als Landschaftsschutzgebiet („Scharmützelseegebiet“) definiert und somit vor größeren Eingriffen in die Natur geschützt.

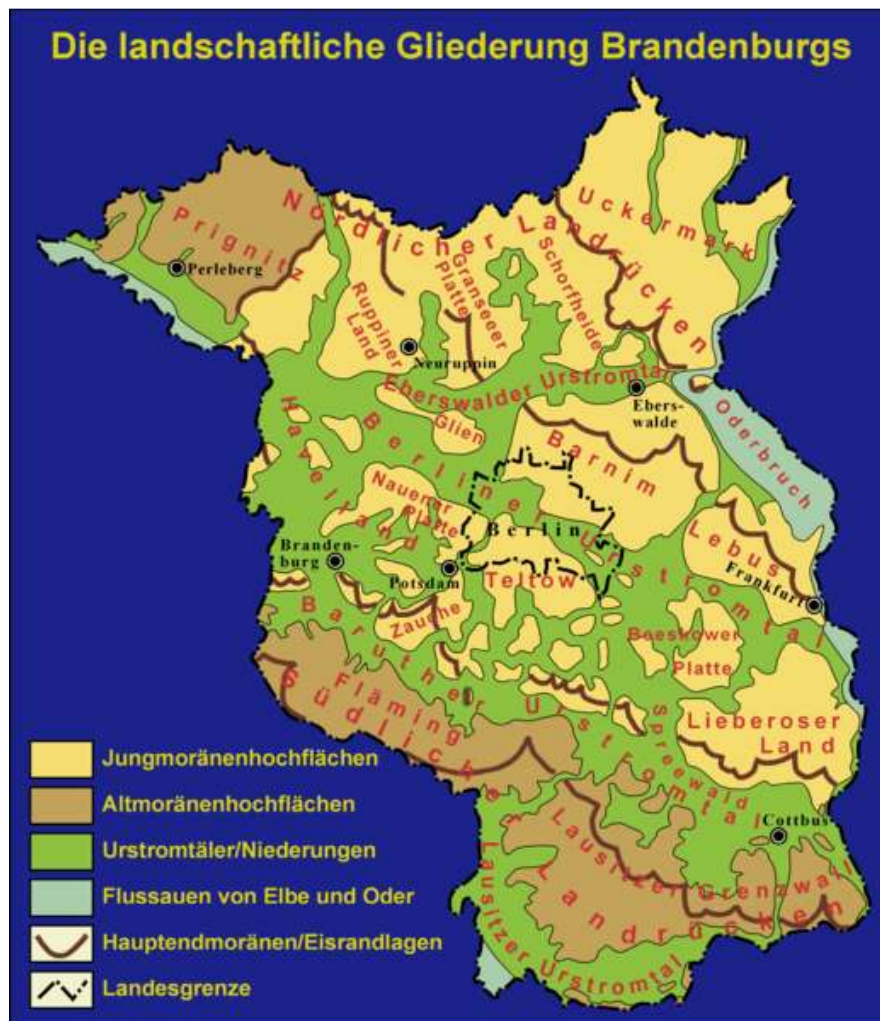
**Bad Saarower
Hügellandschaft**

**Gebiet um den
Scharmützelsee
ist Landschafts-
schutzgebiet**

¹³ Bundesamt für Naturschutz (Angaben beziehen sich auf das Jahr 2003)

Der Scharmützelsee¹⁴ liegt in einem der wasserreichsten Kreise des Landes Brandenburgs und bildet das Bindeglied zwischen der Storkower Seenkette und der Glubigseenkette. Die Begrenzung im Norden erfolgt über das Warschau-Berliner Urstromtal. Der See stellt eine subglaziale Rinne dar, welche während des Brandenburger Stadiums der Weichselkaltzeit entstanden ist.

Abbildung 13: Geologie Brandenburgs



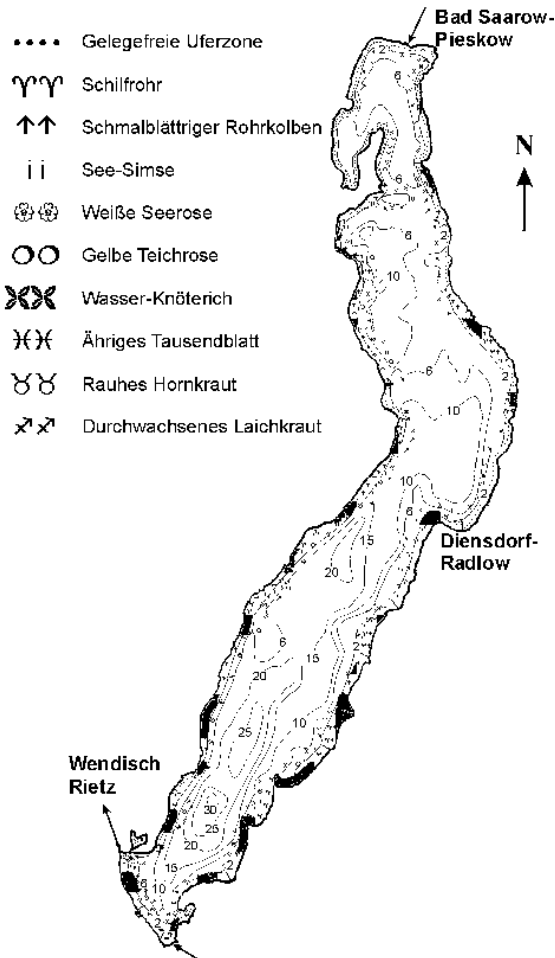
Quelle:

http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Bild:Uebersicht_Brandenburg.png&filetimestamp=20070719065311

¹⁴ TU Cottbus Gewässerstudien

Er erstreckt sich über eine Länge von etwa 10 km, die Breite variiert zwischen 1 – 1,5 km und über 80% des Seeufers sind verbaut. Die Tiefe nimmt von Norden nach Süden zu und erreicht an der tiefsten Stelle 29 m. Mit einer Wasseroberfläche von 12-14 km² und einem Volumen von 108 m³ stellt er den größten See in Brandenburg dar.

Abbildung 14: Der Scharmützelsee



Quelle: www.tu-cottbus.de/BTU/Fak4/Gewschu/grafik/karte_tief.gif

Der See wird hauptsächlich durch Grundwasser gespeist. Ein überirdischer Zufluss erfolgt durch die Glubigseenkette sowie durch einige Quellbäche am Ostufer. Der Abfluss verläuft am Südufer bei Wendisch-Rietz und mündet in den Storkower See.

Die Wasserqualität des Scharmützelsees erfüllt derzeit nicht alle bestehenden Vorgaben der EU-Richtlinien, hier besteht Optimierungsbedarf. An allen Badestellen werden 14-tägig Proben entnommen, um die Werte zu kontrollieren.

**Scharmützelsee
ist größter See
in Brandenburg**

**Baden und
Wassersport im
Scharmützelsee
ist uneinge-
schränkt möglich**

Die Fauna der Seenlandschaft ist sehr vielfältig. Neben den Blesshühnern und Haubentauchern bietet der Fischreichtum der Seen ausreichend Nahrung für Kraniche, Kormorane, Reiher und Fischadler. In den ausgedehnten Waldgebieten, welche sich vor allem aus Kiefern und Buchen zusammensetzen, findet man Rot-, Reh-, Dam- und Schwarzwild sowie Rebhühner und Fasane.

**Fauna der
Seenlandschaft
ist vielfältig**

Die Moorlandschaft ist ein weiteres prägendes Element der Region. Die Niedermoore entstanden hauptsächlich durch die Verlandung der eiszeitlichen Schmelzwasserrinnen. Das 1912 entdeckte Raseneisenstein-Moorvorkommen bildete die Grundlage für die ersten Moorbäder und ist bis heute eine Säule des Angebots von Bad Saarow. Für den Kurbetrieb wird der verwendete Schlamm nach den Anwendungen in das Moor zurückgeführt, um eine Wiederaufbereitung des Materials zu ermöglichen.

**Moorlandschaft
ist von Bedeu-
tung für Bad
Saarow**

Die heutige Solequelle wurde 1996 eingeweiht und fördert aus einer Tiefe von ca. 450 m eine 3%-ige Sole, welche aufgrund ihrer Temperatur als Thermal-Sole eingestuft wird. Neben der sehr guten Luftqualität, welche durch die ausgedehnten Waldbestände positiv beeinflusst wird, und den Mooranwendungen stellt die Sole das dritte große „Standbein“ für den Kurort Bad Saarow dar.

**Thermalsole als
Heilmittel**

Die klimatischen Verhältnisse am Scharmützelsee fördern neben dem Kurbetrieb ebenso die touristische Nutzung der Region. Das Klima des Gebietes um den Scharmützelsee kann man als gemäßigtes Festlandsklima mit schwach kontinentaler Ausprägung charakterisieren, welches sich in dem hohen Temperaturdelta zwischen Sommer- und Wintermonaten zeigt. Die Niederschläge sind höher als der Schnitt im Land Brandenburg, im deutschlandweiten Vergleich dennoch relativ gering. Gerade in den Sommermonaten bietet die Kombination von hohen Temperaturen und dem See einen touristischen Anziehungspunkt.

**Gemäßigtes
Festlandsklima**

Ein weiteres „naturräumliches“ Element in Bad Saarow stellen die ausgedehnten Landhaussiedlungen nach Plänen von Ludwig Lesser dar. Da diese allerdings anthropogen gestaltet sind werden sie im folgenden Kapitel näher betrachtet.

**Lesser-Siedlung
als Besonder-
heit in Bad
Saarow**

5.2 Touristische Infrastruktur

Das folgende Kapitel zeigt die touristische Infrastruktur Bad Saarows auf. Primär werden die Aspekte Beherbergung, Gastronomie, Tagungen, touristische Organisationsstruktur, Handel sowie Freizeitangebote, primär auf Bad Saarow bezogen, betrachtet.

Bad Saarow wurde zu Beginn des 19. Jahrhunderts nach Plänen des Gartenarchitekten Ludwig Lesser am Ufer des Scharmützel-sees angelegt. Schon Anfang des Jahrhunderts erholten sich hier Künstler und Prominente wie Ernst Lubisch, Käthe Dorsch, Maxim Gorki und Max Schmeling. Lebensstil und Ambiente dieser Zeit prägen bis heute den Charme Bad Saarows. Diese Siedlungsstruktur wird immer Ruhe und Gelassenheit vermitteln. Saarow lebt von der großzügig geschnittenen, in der Bausubstanz aber kleinteiligen, Siedlungsstruktur und von der Harmonie mit der Natur.

5.2.1 Beherbergung

Der Beherbergungsbereich Bad Saarows zeichnet sich durch einen hohen Qualitätsstandard aus, was sich auch preislich widerspiegelt. Die Betriebe verteilen sich über das Nord-, West- und Ostufer des Sees und liegen teilweise in relativ großer Entfernung zum Zentrum von Bad Saarow, wobei eine deutliche Konzentration im Norden vorzufinden ist.

Insgesamt bieten 19 gewerbliche Betriebe 1.519 Betten an (Stand Mai 2008); vor Ort findet man vier 4*- Häuser, wobei das Hotel Esplanade Resort & SPA (trotz nicht vorhandener Klassifizierung) ebenso diesem Bereich zuzuordnen ist. Die höchste Klassifizierung, mit 4*- Superior, hält das Sport & Spa Resort A-ROSA Scharmützelsee inne, welches relativ weit südlich am Westufer des Sees liegt und zusammen mit dem Hotel Esplanade alleine 409 Zimmer anbietet. Der 3*- Bereich, d. h. der mittlere Angebotsbereich, ist mit lediglich einem Beherbergungsbetrieb deutlich schwächer ausgebaut. In diesem Segment muß das Angebot durch ein 3*-Haus erweitert werden. Die restlichen Betriebe, z. B. weitere nicht klassifizierte Hotels, Landhäuser oder Pensionen, Ferienwohnungen und -häuser, ergänzen das Beherbergungsangebot Bad Saarows.

Es lässt sich festhalten, dass sich 67% aller in Bad Saarow angebotenen, gewerblichen Betten im 4*- Segment befinden, das entspricht ca. 1.013 Betten bei einer Gesamtbettenkapazität von etwas mehr als 1.500 Betten.

Bad Saarow wurde von Künstlern und Prominenten aus Berlin entdeckt

Hoher Qualitätsstandard in der Beherbergung

Relativ neu in Bad Saarow ist der Schlosspark Theresienhof, am Ostufer des Sees. Hier finden sich 138 Wohneinheiten mit einer Bettenkapazität zwischen 4 – 10 Betten. Vor allem für Familien dürfte diese Anlage von Interesse sein, die Vermarktung der Häuser erfolgt durch den Anbieter selbst. Eine Mitgliedschaft an den Tourismusverein Scharmützelsee ist erfolgt.

Damit erschließt sich Bad Saarow die Zielgruppe der Familien, die bisher kein primäres Segment für den Ort darstellten. Zwar buchen sich Familien in den Sommermonaten schon mal in den Hotels ein, dennoch findet Familienurlaub am Scharmützelsee schwerpunktmäßig und traditionell in Wendisch-Rietz in den dortigen Ferienwohnanlagen statt.

Ebenfalls gibt es eine Anzahl von Zweitwohnsitzen in Bad Saarow. Im Jahr 2008 waren ca. 650 Nebenwohnungen in Bad Saarow gemeldet. In der Mehrheit sind dies ältere Personen, die sich eine Immobilie in Bad Saarow zugelegt haben, um nach der Pensionierung ganz nach Bad Saarow zu ziehen. Hier wird eine Zweitwohnungssteuer erhoben.

Ein Campingplatz gibt es in Bad Saarow - Strand **und dieser hat Bestandsschutz**. Weitere Campingplatzstandorte sind in der gemeindlichen Bauleitplanung explizit nicht ausgewiesen. Caravan-Stellplätze sind in Vorplanung im Zentrumsbereich und im Bereich der Ringstraße und auf dem Parkplatz Silberberger Straße ausgewiesen.

5.2.2 Gastronomie

Das gastronomische Angebot Bad Saarows bietet primär regionale Küche, wenig internationale Gastronomie sowie Gourmetküche.

Zwei der insgesamt acht Restaurants, welche über die Homepage Bad Saarows verlinkt sind, können den gehobenen Beherbergungsbetrieben zugeordnet werden. Das Restaurant „Dependance“ ist dem Hotel Esplanade Resort & SPA zugehörig und bietet eine Mischung aus regionalen sowie internationalen Speisen. Im Restaurant der Villa Contessa wird mediterrane Gourmetküche angeboten, welche schon mehrmals ausgezeichnet wurde. Seit Neuestem gibt es die Feinkostinsel, die französische Küche anbietet. Die weiteren Gastronomiebetriebe bieten größtenteils

Schlosspark im Theresienhof als neues Angebot auf dem Markt

Bad Saarow als Destination für Familien bleibt zu klären

Caravanstellplätze sind in der Planung

Primär regionale Küche

Internationale Küche mit steigender Nachfrage

Speisen im mittleren Angebotssegment an, sodass das Gastronomieangebot auf den ersten Blick gegensätzlich zu der Verteilung im Beherbergungssektor ist.

5.2.3 Tagungen, Schulungen und Kongressmöglichkeiten

Bisher gibt es singuläre Angebote im Bereich Tagungen und Kongresse; Veranstaltungsmöglichkeiten bieten das Hotel Esplanade Resort & SPA mit 280 Plätzen sowie das Restaurant Park-Cafe/Theater am See mit 400 Plätzen. Ebenfalls im Bereich MICE¹⁵ ist das A-ROSA Scharmützelsee aktiv. Eine stärkere Bewerbung dieser Nische sollte betrachtet werden, da diese Veranstaltungen vor allem im Herbst und Frühjahr stattfinden und somit saisonverlängernd für die touristischen Leistungsträger wirken. Keinesfalls soll hier der Eindruck entstehen, dass eine große Konferenz- und Tagungshalle gebaut werden sollte, sondern gerade kleinere und mittlere Veranstaltungen sollten aktiv nach Bad Saarow geholt werden. Dadurch könnte auch das SaarowCentrum – vor allem für kleinere Veranstaltungen - einer weiteren Nutzung und Auslastung zugeführt werden. Die Beherbergungskapazitäten im gehobenen Segment sind vorhanden.

5.2.4 Touristische Organisationsstruktur

Die Organisationsstruktur des Tourismus in Bad Saarow ist seit 2001 durch die Neustrukturierung der Kur GmbH von einer Lücke gekennzeichnet. Es gibt niemanden in Bad Saarow, der für die gesamtheitliche Organisation und das Management des Tourismus zuständig ist. Mit der Bad Saarow Kur GmbH gibt es zwar eine Institution, die vermuten lässt, dass sie sich um den Tourismus als Ganzes kümmert, dies ist aber nicht der Fall. Die Bad Saarow Kur GmbH ist primär für die SaarowTherme, für die Schifffahrt auf dem Scharmützelsee, für drei Gastronomiebetriebe und den Kurpark zuständig. Ihre Aufgabe ist es nicht, den Tourismus in Bad Saarow zu managen. Mittelfristig sollte überlegt werden, ob nicht eine Umbenennung der Bad Saarow Kur GmbH sinnvoll ist, gerade um diese Missverständnisse zu vermeiden.

ausbaufähig

Tagungen und
Seminare als
saisonverlän-
gernd

Neustrukturie-
rung der Kur
GmbH in 2001

¹⁵ MICE: Meetings, Incentives, Conventions und Events

Die einzelnen touristischen Dienstleister Bad Saarows sind dagegen Mitglied im Tourismusverein Scharmützelsee e.V., der ca. 230 Mitglieder aus der Region hat. Die Gemeinde Bad Saarow unterstützt die Aktivitäten des Tourismusvereins Scharmützelsee e.V. mit einem jährlichen Beitrag. Weitere Unterstützung in finanzieller Hinsicht erhält der Tourismusverein Scharmützelsee e.V. durch das Amt Scharmützelsee, das den Tourismus als Teilbereich seiner Aufgaben betrachtet. Die Aufgabe des Vereins ist jedoch eindeutig die Vermarktung der Region und nicht Bad Saarows. Weitere größere Gemeinden die Mitglied sind, sind Wendisch-Rietz und noch Storkow.

Eine Einbindung von Bad Saarow in den Tourismusverein Scharmützelsee e.V. wird zwar als sinnvoll erachtet, aber dennoch wurde es durch die geführten Gespräche und Workshops deutlich, dass ein hauptamtlicher „Verantwortlicher“ in Bad Saarow benötigt wird, um die weitere positive Entwicklung zu fördern und auszubauen.

Weiterhin sollte hier der Förderverein Kurort Bad Saarow e.V. noch erwähnt werden, der sich aktiv in Bad Saarow einbringt. Vor allem kulturelle Veranstaltungen (z.B. der jährlich stattfindende Kultursommer) sowie weitere Veranstaltungen werden durch den Förderverein organisiert.

Auf überregionaler Ebene agieren das Reisegebiet Seenland Oder-Spree und als Dachorganisation des Landes Brandenburg - was die Vermarktung - betrifft die TMB. Weiterhin ist Bad Saarow Mitglied im Brandenburgischen Heilbäderverband, der seinen Sitz auch in Bad Saarow hat.

Ein derzeit gültiges strategisches Marketingkonzept¹⁶ von Bad Saarow existiert nicht, sowohl der Tourismusverein Scharmützelsee e.V. als auch die Bad Saarow Kur GmbH besitzen jeweils ein Marketingkonzept, wobei der Schwerpunkt eindeutig auf der SaarowTherme liegt. Das im Jahre 2004 entwickelte Leitbild für Bad Saarow wurde bei der Weiterentwicklung des Kurortrahmenplans integriert.

**Tourismusverein
Scharmützelsee
e.V. übernimmt
Aufgaben der
Gemeinde Bad
Saarow**

**Ein Tourismus-
manager für Bad
Saarow wird
benötigt**

**Förderverein
Kurort Bad
Saarow aktiv**

**Seenland Oder-
Spree vermarktet
ebenfalls
überregional**

¹⁶ So existiert zwar eine Internetseite von Bad Saarow (www.bad-saarow.de), die müsste überarbeitet werden.

5.2.5 Handel

Der Handel in Bad Saarow ist schwach entwickelt. Es gibt im erweiterten Bahnhofsbereich zwei Lebensmittelmärkte sowie weitere, kleinere Ladengeschäfte in denen man sich versorgen kann. Eine Bummelmeile mit diversen Ladengeschäften und gastronomischen Einheiten existiert nicht. Von daher ist es auch kein Anziehungspunkt für die Gäste. Hervorzuheben sind hier jedoch das Cafe Dreißig sowie die Feinkostinsel, die relativ neu eröffnet haben. Es bildet einen Treffpunkt am Rande des Bahnhofsplatzes. Die Gemeinde Bad Saarow überprüft derzeit die Realisierung eines kleineren Einkaufszentrums, das diese Lücke schließen kann.

Einzelhandel aus touristischer Sicht schwach entwickelt

5.2.6 Freizeitangebot

Das Freizeitangebot Bad Saarows konzentriert sich, neben dem Ort selbst, auf den Scharmützelsee und die umliegende Natur. Aktivurlaub in der Natur ist in Bad Saarow sehr gut möglich. Der Wassersport ist aufgrund der Lage am See ein Angebotselement. Neben verschiedenen Badestränden besteht die Möglichkeit zu weiteren Wasseraktivitäten, wie z. B. Segeln (auch für Anfänger) und Wasserwandern. Weiterhin besteht ein umfangreiches Angebot in der Personenschiffahrt. Da der Scharmützelsee über den Wasserweg mit Berlin verbunden ist, besteht die Möglichkeit Ausflugsfahrten dorthin zu unternehmen. Auch viele der angrenzenden Seen sind verknüpft und können befahren werden. Auf dem Scharmützelsee selbst finden regelmäßig Fahrten statt, welche teilweise durch ein organisiertes Rahmenprogramm an Bord ergänzt werden.

Bad Saarow bietet ein reichhaltiges Freizeitangebot was Outdoor-Möglichkeiten betrifft

Weitere naturnahe Aktivitäten sind vor allem Angebote aus den Bereichen Radfahren, Wandern sowie Nordic Walking. Daneben besteht die Möglichkeit Ballonfahrten zu unternehmen sowie zu Jagen oder zu Angeln.

Im Bereich Sport kommt dem Golfen eine herausragende Bedeutung zu. Das Hotel A-ROSA besitzt die einzige 5*-Superior-Golfanlage im deutschsprachigen Raum. So sind dort drei 18-Loch-Golfplätze sowie ein öffentlicher 9-Loch-Kurzplatz vorzufinden.

Des Weiteren gibt es 14 Tennisplätze und die Möglichkeit zu reiten.

Bad Saarow selber bietet den Gästen aufgrund der Siedlungsgene-

se zahlreiche interessante architektonische Sehenswürdigkeiten. Neben der langen Geschichte als Bad und der damals entstandenen alten Bausubstanz, fallen vor allem die von Ludwig Lesser geplanten Villengrundstücke am Ufer des Scharmützelsees auf. Die alte Bausubstanz wurde größtenteils erhalten und teilweise unter Denkmalschutz gestellt. Hier sollten alle Anstrengungen unternommen werden, diesen einzigartigen Charakter – wo immer möglich – zu erhalten. Eine Aktualisierung der denkmalgeschützten und nichtgeschützten Gebäude ist erforderlich.

Herausragend in Bad Saarow sind die Angebote im Wellnessbereich. So finden sich allein ca. 20.000 qm Wellnessfläche im Ort. Besonders erwähnenswert sind hier die SaarowTherme, das Hotel Esplanade Resort & SPA, das Sport & SPA Resort A-ROSA Scharmützelsee und das Hotel Landhaus Alte Eichen. Dafür ist Bad Saarow auch überregional bekannt.

In kultureller Hinsicht findet jedes Jahr in und um Bad Saarow der Kultursommer statt, der vom Förderverein Kurort Bad Saarow e.V. koordiniert wird. Weiterhin sind an größeren Veranstaltungen das Radscharmützel, das Wasserscharmützel, der Flammende Scharmützelsee und die Oper Events Schloss Hubertushöhe zu nennen. Grundsätzlich wurde angeregt, die kulturellen Veranstaltungen in der Region noch besser abzustimmen und insgesamt mehr Veranstaltungen (auch kleine) in Bad Saarow durchzuführen. Weiterhin bleibt zu prüfen, ob nicht ein überregionaler Großevent in Bad Saarow stattfinden könnte.

Hinzu kommt, dass die kulturelle Vergangenheit von Bad Saarow mit seiner Historie als Künstlerkolonie noch stärker in die Vermarktung eingebaut werden sollte, denn dies ist eine Besonderheit, welche andere Orte nicht vorweisen können.

Bad Saarow bietet qualitativ hochwertige und große Wellnesslandschaften an

Kulturelle Veranstaltungen finden in Bad Saarow statt, könnten aber noch erweitert werden

5.3 Ausgewählte Faktoren für die weitere Entwicklung Bad Saarows

5.3.1 HELIOS - Klinikum

Das Klinikum in Bad Saarow ist ein seit 1991 privatwirtschaftlich geführtes Krankenhaus, das zur HELIOS Kliniken Gruppe gehört. Zur HELIOS Kliniken Gruppe gehören 61 eigene Kliniken. HELIOS ist damit einer der größten und medizinisch führenden Anbieter von stationärer und ambulanter Patientenversorgung Europas.

Das Klinikum in Bad Saarow zeichnet sich dadurch aus, dass es ein Akutkrankenhaus mit 564 Planbetten, 15 Kliniken¹⁷, zwei Instituten, einem Zentrallabor und derzeit 762 Mitarbeiter ist.

Es ist in den Bereichen der Tumorversorgung, Herz- und Gefäßmedizin eines der führenden Krankenhäuser im Land Brandenburg. In der onkologischen Versorgung nimmt es regional in ausgewählten Bereichen eine Spitzenposition ein. Weitere Einrichtungen sind: Krankenpflegeschule der Akademie der Gesundheit Berlin/Brandenburg e.V., Ost-Brandenburgisches Tumorzentrum e.V. und die Landesrettungsschule Brandenburg e.V. und die Luftrettung.

Zu DDR-Zeiten war das Klinikum ebenfalls Krankenhaus mit Militärakademie, das in den neuen Ländern bekannt war.

5.3.2 AWO-Schwangerenkurheim

Das Haus an der Sonne ist eine medizinische Vorsorgeeinrichtung für Schwangere. Es richtet sich an Frauen deren Schwangerschaft gefährdet ist. Im Mai 2000 wurde dieses Haus eröffnet, es ist das einzige in Deutschland erhaltene Schwangerenkurheim. Es hat 24 Zimmer und betreute im Jahr 2007 325 Patientinnen.

**HELIOS-Klinikum
als Leuchtturm in
der Region**

**Schwangeren-
kurheim ist klein
aber fein**

17 Die Klinken sind: Anästhesiologie, Intensivmedizin, Notfallmedizin und Schmerztherapie/Klinik für Allgemein-, Viszeral- und Thoraxchirurgie, Minimalinvasive Chirurgie/Frauenheilkunde und Geburtshilfe/Gefäßchirurgie/Hals-, Nasen-, Ohrenheilkunde, Kopf- und Halschirurgie, Plastische Operationen/Innere Medizin/Kinder- und Jugendmedizin/Neurochirurgie/Neurologie/Nuklearmedizin/Radioonkologie und Strahlenheilkunde/Traumatologie und Orthopädie/Urologie

5.3.3 Weiteres Gesundheitswesen in Bad Saarow

Wird die Liste des Gesundheitsamtes betrachtet, dann zeigt sich, dass es in Bad Saarow neben dem HELIOS - Klinikum und dem AWO - Schwangerenkurheim noch eine große Anzahl und Diversität von niedergelassenen Ärzten und Psychotherapeuten in Bad Saarow gibt. Sie decken die unterschiedlichsten Bereiche ab, sodass eine Rundum - Versorgung sichergestellt ist. Neben den Ärzten und Psychotherapeuten gibt es auch Heilpraktiker sowie weitere Dienstleister im Bereich Gesundheitswesen in Bad Saarow. Insgesamt sind im Ort fünf Badeärzte registriert. Das ganze Thema Alternativmedizin und Naturheilverfahren ist aber noch unterrepräsentiert.

5.3.4 Bad Saarow Kur GmbH

Zum Verantwortungsbereich der Bad Saarow Kur GmbH gehört die SaarowTherme, die Schifffahrt auf dem Scharmützelsee, gastronomische Einheiten, Parkplätze und Parkhaus, der Therme-Shop sowie die Pflege des Kurparks. Die SaarowTherme war eine der ersten, neugebauten Thermen in Brandenburg und bietet mit seinem Thermalsolebad (die größte zusammenhängende Thermalsolefläche von Mittel- und Norddeutschlands), der Saunalandschaft sowie den Gesundheits- und Wellnessangeboten ein großes Spektrum an Möglichkeiten, sich zu erholen und auszuspannen. Im Haus befinden sich eine Beauty-Oase, Restaurants und ein Fitness-Treff. Die SaarowTherme hat einen sehr hohen Bekanntheitsgrad, dennoch ist sie gezwungen, sich permanent zu verbessern, da der Wettbewerb im Bereich der Thermen und Spas in Berlin und Brandenburg stark ist, da auch andere Standorte in den vergangenen Jahren neue Thermen gebaut haben.

5.3.5 Qualität und Qualifizierung im Tourismus

Das Land Brandenburg war das erste Bundesland nach Baden-Württemberg, das die Servicequalität nach dem Schweizer Modell eingeführt hat. Mittlerweile wurden zahlreiche Schulungen im Land durchgeführt, dennoch gab es bei den Expertengesprächen immer wieder die Anmerkung, dass die Servicequalität einer Verbesserung bedarf. Vor allem in den gastronomischen Einheiten wird ein Verbesserungspotenzial gesehen. Vor allem die Preis-Leistungs-Qualität wurde hier bemängelt.

Große Anzahl und Vielfalt von Mediziner in Bad Saarow

Bad Saarow Kur GmbH ist einer der Großen Dienstleister im Tourismus in Bad Saarow

Servicequalität sollte kontinuierlich verbessert werden

5.3.6 Exkurs: Beschreibung und Kurzbewertung Bad Saarow Strand, Petersdorf und Neu Golm

Historisch betrachtet hatte der Gemeindeteil Bad Saarow Strand zu DDR-Zeiten eine wichtige Rolle inne: Es gab zwei große Kinderferienlager, viele Ferieneinrichtungen von Kombinat und Betrieben, ein Strandbad, eine große Gastronomie mit Disco und Restaurant. Ebenfalls gab es schon damals einen Campingplatz, der noch größer als heute war. Derzeitig ereignet sich in Bad Saarow Strand nicht viel, trotz unterschiedlicher Bemühungen hat sich lediglich der Bereich „Wohnen“ an den Grundstücken, die an den Scharmützelsee grenzen, entwickelt. Im Bereich Hotellerie und Freizeit hat sich nichts getan, was unter anderem auch an den Eigentümerstrukturen liegt. Vor allem in Richtung A-ROSA soll die Lücke geschlossen werden. Familientourismus soll in Bad Saarow Strand entwickelt werden, ein entsprechender Bebauungsplan ist hierfür rechtskräftig.

Die zwei Ortsteile Petersdorf und Neu Golm werden hier noch kurz vorgestellt, da sie zwar zu Bad Saarow gehören, jedoch in touristischer Hinsicht keine große Rolle spielen.

Petersdorf mit 460 Einwohnern (Hauptwohnsitze) liegt nördlich von Bad Saarow am Petersdorfer See und ist mit der L 35 mit Bad Saarow verbunden. Diese Straße ist in schlechtem Zustand und sollte schnellstens ausgebaut werden. In den Jahren 1910 -1911 wurde die Bahnlinie von Fürstenwalde nach Bad Saarow errichtet. Der ehemalige Bahndamm von Petersdorf bis Bad Saarow wurde später zu einer Straße umgebaut. Die Unterakunftsstruktur ist kleinteilig durch wenige Pensionen, und Ferienhäuser geprägt sowie Ferienwohnungen geprägt; es gibt keine Hotels in Petersdorf. Die Gastronomie konzentriert sich primär auf Fisch und Wild und bietet gutbürgerliche Küche an.

Heute bietet der Petersdorfer See vielen Einheimischen und Touristen ein großes Freizeitangebot. Neben dem traditionellen Waldseebad, dem Naturlehrpfad, hat natürlich auch die Wasserski- Seilbahn großen Zuspruch gefunden. Die Wasserski-Seilbahn am Seeschloss Petersdorf bei Bad Saarow hat 4 Masten und eine Umlaufkurs von 740 Meter. Bei einer Geschwindigkeit von 30 km/h werden fortlaufend mehrere Wasserskifahrer ein- und ausgekoppelt.

Wasserski, Wakeboards, Spezialski und Neoprenanzüge stehen

**Bad Saarow
Strand mit
Entwicklungspo-
tenzial**

**Petersdorf als
Standort für
Wasserski und
Wakeboard und
zukünftig
Sommerrodel-
bahn**

zum Verleih bereit und können stundenweise gemietet werden.

Eine Sommerrodelbahn sowie eine Go Kart - Bahn sind in der Planung.

Petersdorf spielt von daher für Bad Saarow in touristischer Hinsicht eine ergänzende Rolle. Lediglich die Wassersportmöglichkeiten bieten dem Gast von Bad Saarow eine Möglichkeit der Abwechslung.

Neu Golm ist entsprechend ebenfalls Ortsteil von Bad Saarow mit ca. 278 Einwohnern und liegt nordöstlich von Bad Saarow, die Zufahrt erfolgt über eine schlecht ausgebaute Straße, die jedoch gerade erneuert wird. Als Status Quo ist festzuhalten, dass es keine touristischen Attraktionen gibt. An Unterkünften gibt es einen Bett & Bike Betrieb, das Landhaus Neu Golm. Weiterhin gibt es auch keine touristisch relevanten Planungen in Neu Golm.

Die Chancen für Neu Golm in der weiteren touristischen Entwicklung werden von inspektour als gering betrachtet.

5.4 Stärken- und Schwächenprofil von Bad Saarow

5.4.1 Expertenbefragung und Gesprächsrunden

Im Rahmen der Fortschreibung wurden diverse Gespräche geführt, um die Situation in Bad Saarow zu erfassen. Dies geschah zum einen durch persönliche Einzelgespräche, primär mit Akteuren aus dem Bereich Tourismus in Bad Saarow, zum anderen durch Telefoninterviews mit Interviewpartnern aus Brandenburg und Vertreterinnen von Reiseveranstaltern sowie zwei Gesprächsrunden zum Thema „Tourismus“ und „Gesundheit“ in Bad Saarow.

Nachfolgend eine Auflistung der Interviewpartner der in Bad Saarow persönlich geführten Expertengespräche in alphabetischer Reihenfolge:

- Dr. Becker, Mitglied der Gemeindevertretung
- Frau Gehring, Geschäftsführung, Naturpark Dahme-Heideseen
- Dr. Gestewitz, Badearzt

**Neu Golm ist
touristisch nicht
relevant**

**Durchführung
von Expertenge-
sprächen und
Gesprächsrun-
den in Bad
Saarow**

Experten

- Frau Hildebrandt, Leiterin Marketing/PR, Sport & Spa Resort A-ROSA
- Herr Jensch, Geschäftsführung, HELIOS – Klinikum Bad Saarow
- Herr Krappmann (Amtdirektor) / Frau Tannhäuser (Bauamt), Amt Scharmützelsee
- Frau Pahling, ehemals Director of Sales & Marketing, Hotel Esplanade Resort und Spa
- Herr Peters Senior, Inhaber Landhaus Alte Eichen
- Frau Pötsch, Geschäftsführung Tourismusverein Scharmützelsee e.V.
- Frau Rußig, Geschäftsführung Tourismusverband Seenland Oder-Spree e.V.
- Frau Stobrawa, ehrenamtliche Bürgermeisterin von Bad Saarow
- Herr Storr, Vorstand Förderverein Kurort Bad Saarow e.V.
- Herr Walter, Geschäftsführung Bad Saarow Kur GmbH

Des weiteren die Aufstellung der telefonischen Interviewpartner, ebenfalls in alphabetischer Reihenfolge:

- Herr Beuchler, Leiter Marketing TMB, Potsdam
- Dr. Fehse, Dezernent Landkreis Oder-Spree, Beeskow
- Dr. Fuhrmann, Bürgermeisterkandidat, Bad Saarow
- Herr Goldammer, Hof Marienhöhe, Bad Saarow
- Herr Kütbach, Vorsitzender Heilbäderverband Schleswig-Holstein, Bad Bramstedt
- Herr Linsen, Ministerium für Wirtschaft, Land Brandenburg, Potsdam
- Frau Schlung, Produktmanager Neckermann Care, Oberursel

**Telefonische
Gesprächspartner**

- Herr Scholz, Leiter Marktforschung Deutsche Zentrale für Tourismus, Frankfurt/M.
- Herr Schönbohm, Innenminister Land Brandenburg, Potsdam
- Herr Siebke, Ministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Frauen, Land Brandenburg, Potsdam
- Herr Strunk, ehemals Hauptgeschäftsführer DeHoGa Brandenburg, Potsdam
- Herr Ullrich, CTA Fürstenwalde, Bad Saarow
- Frau Wilker, Produktmanager TUI Vital, Hannover

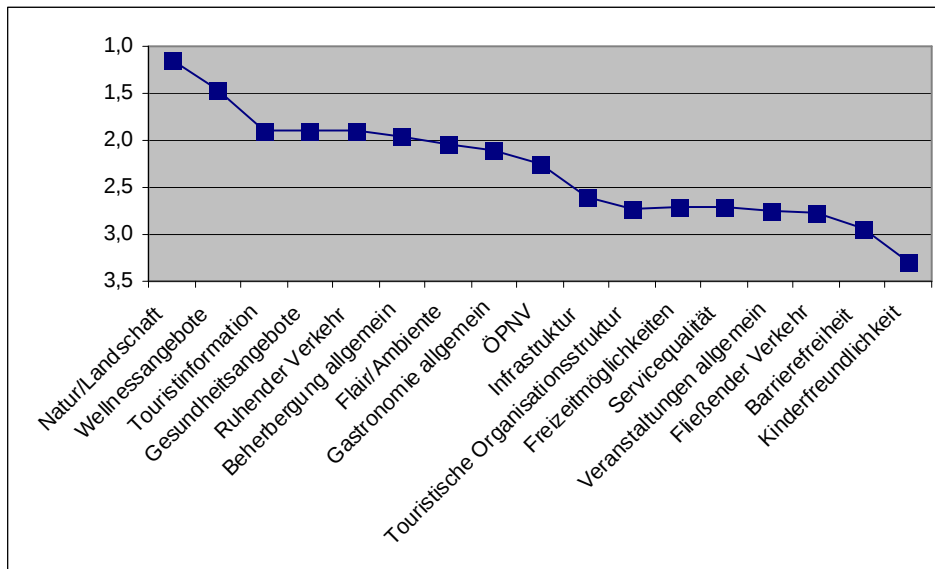
Zusätzlich zu den individuell geführten Expertengesprächen fanden zwei Workshops mit Teilnehmern aus den Bereichen Gesundheit und Tourismus in Bad Saarow statt. Diese Ergebnisse wurden ebenfalls – sofern relevant – integriert.

5.4.2 Bewertungen der Angebotselemente

Die Experten wurden im Rahmen der Befragung gebeten, verschiedene Komponenten, die einen Kur- und Tourismusort ausmachen, zu bewerten. Nachfolgend ist der Durchschnitt der abgegebenen Bewertungen¹⁸ dargestellt, es zeigt sich, dass die Mehrheit der Bewertungen zwischen eins und drei liegen, schlechter als 3,5 wurde kein Element bewertet. Die beste Note mit 1,2 erhielt die Natur/Landschaft, die schlechteste Bewertung dagegen die Kinderfreundlichkeit mit 3,3.

¹⁸ Die Skala der Bewertungen reichte von (1) = sehr gut, (2) = gut, (3) = mittelmäßig, (4) = schlecht bis (5) = sehr schlecht, dargestellt ist hier lediglich die Skala mit dem Mittelwert bis 3,5 zwecks besserer Übersichtlichkeit. Ein schlechterer Wert als 3,3 wurde nicht erreicht.

Abbildung 15: Bewertung von Komponenten



Quelle: eigene Darstellung

5.4.3 Stärken und Schwächen von Bad Saarow

5.4.3.1 Stärken von Bad Saarow

Die Stärken von Bad Saarow wurden mit den einzelnen Gesprächspartnern und den Teilnehmern der Gesprächsrunden diskutiert und gemeinsam erarbeitet sowie kritisch reflektiert. Nachfolgend werden die zentralen Stärken dargestellt:

- Attraktive Natur/Landschaft (Landschaftsschutzgebiet)
- Lage am Scharmützelsee
- Nähe zu Berlin (Quellmarkt/Kommunikationsanker)
- Sehr schöne Architektur (Lesser Landhaussiedlung)
- Interessante Historie
- Kurortstatus/-mittel (Moor/Sole/Luft)
- Positive Entwicklung in den vergangenen Jahren
- Überörtliche Verkehrsanbindung (Auto/Bahn/zukünftig BBI)

- Grosse Wellnesslandschaften (Bad SaarowTherme/ Esplanade/A-ROSA/Landhaus Alte Eichen)
- Aktivmöglichkeiten in der Natur
- Idylle/Ruhe
- HELIOS - Klinikum (ehemaliges NVA-Krankenhaus) und niedergelassene Ärzte
- Bestehendes Potenzial von Hotels und Ferienanlagen
- Geschaffene, örtliche Infrastruktur
- Bekanntheitsgrad in neuen Bundesländern

5.4.3.2 Schwächen von Bad Saarow

Ebenfalls wie die Stärken wurden die Schwächen abgefragt, diskutiert sowie kritisch reflektiert. Dies führte zu folgender Aufstellung:

- Management und Koordinierung des Tourismus in Bad Saarow fehlt
- Mangelnde Zusammenarbeit in der Region Scharmützelsee
- Netzworkebildung und Kooperationen der Touristiker und Ärzte sind verbesserungsfähig
- Einkaufs- und Flaniermöglichkeiten sind zu wenig
- Bekanntheitsgrad auf bundesweiter Ebene zu gering
- Profil im Bereich Gesundheitstourismus noch ausbaufähig
- Preis- Leistungsverhältnis ist verbesserungswürdig
- Qualifizierung der Beschäftigten im Tourismus ausbauen
- Hotel im 3*- Bereich fehlt
- Freizeitangebot (abends/Kinder/Jugendliche) zu gering

- Landesstraße zwischen Petersdorf und Bad Saarow
- Mangelnde Identifikation mit dem Ort und dem Tourismus bei der Bevölkerung
- Innerörtlicher Verkehr/kreisübergreifender ÖPNV
- Bezahlbare Wohnmöglichkeiten für Azubis/Junge Leute fehlt
- Radwegenetz vervollständigen
- Medical Wellness wird noch nicht deutlich genug herausgestellt
- Bad Saarow Zentrum ist gut entwickelt, jedoch mangelt es an den Randgebieten (z.B. Saarow-Strand)
- Vernetzung der wassergebundenen Strukturen mangelhaft
- Badestrände/Badekultur unterentwickelt
- Kurparkpflege verbesserungsfähig
- Keine Kurklinik/Rehaklinik am Ort

Eine Handlungsnotwendigkeit oder –intensität ist bei allen Stärken und Schwächen nicht zwangsläufig.

5.5 Exkurs: Best Practice Beispiele von Kurorten in Deutschland

Die betrachteten Bäder weisen zwar nicht die selben Indikationen wie Bad Saarow auf und haben ein höheres Gästevolumen; dennoch sollen diese Standorte nachfolgend dargestellt werden, da sie Entwicklungen und Tendenzen aufzeigen, die für Bad Saarow auch von Bedeutung sind. Der Vergleich mit erfolgreichen Destinationen dient der gezielten Verbesserung der eigenen Leistungen und der Informationssammlung. Die selektierten Destinationen wurden gezielt außerhalb Brandenburgs gewählt, da die langfristige Positionierung Bad Saarows auch über Brandenburg hinausreichen sollte.

Der Blick auf andere Kurorte wurde vorgenommen, um zu sehen wie deren aktuelle Positionierung ist und wie die „Bearbeitung“ des Themas „Gesundheitstourismus“ erfolgt. Alle drei Orte haben

Drei Referenz-destinationen, die eine starke Position im Bereich Gesundheit haben

Blick nach draußen, um davon zu lernen

eine lange Tradition im Bäderwesen und auch die entsprechende Ausstrahlung durch ihre Architektur. Sie haben ein gehobenes Image und in allen sind Kliniken vorhanden, die die Kurenden /Gäste betreuen. Auch mit Hinblick auf Quellmärkte wurden die Gemeinden ausgewählt, so ist der wichtigste Quellmarkt für Norderney Nordrhein-Westfalen, das ebenfalls von Brandenburg auf Grund seines Bevölkerungspotenzials und der Partnerschaft zum Land Brandenburg beworben wird, Ahlbeck ist Ziel vieler Berliner, war es traditionell schon immer, und für die Wahl Bad Homburgs war nicht der Quellmarkt ausschlaggebend, sondern seine Lage am Rande der Metropolregion Rhein-Main-Gebiet mit seinen ca. 3 Millionen Bewohnern und dem internationalen Flughafen. Bad Homburg ist neben seiner Funktion als Kurort nämlich auch attraktiver Wohnstandort, wobei die Gemeinde mit dem Thema Überalterung zu kämpfen hat.

Wellness/Fitness und Gesundheit sind bei allen drei Orten aus deren Marketingkonzeptionen nicht mehr wegzudenken, sie determinieren sie. Norderney und Ahlbeck distanzieren sich komplett von einem Image als Kurort¹⁹ und bewegen sich hin zu einem Image als Urlaubs-Wohlfühlziel allgemein, in Bad Homburg ist die Verbindung zur (klassischen) Kur noch ausgeprägter.

Die Bedeutung für den Tagestourismus spielt vor allem für Bad Homburg v.d. Höhe eine Rolle, da es durch seine Lage am Taunus, seine Therme und im Einzugsgebiet des Rhein-Main-Gebietes beliebtes Ausflugsziel ist.

5.5.1 Norderney (Nordseeküste/Niedersachsen)

Norderney wirbt mit „Erholung aus Tradition“ und „Norderney heißt erleben und genießen und zwar für groß und klein“. Norderney hat knapp 6.000 Einwohner.

Es gibt ein Kurhaus/Konversationshaus, ein neues Badehaus mit Wasser- und Feuerebene sowie ein Wellenbad. Weiterhin existiert ein Akutkrankenhaus mit Dialysezentrum. Des Weiteren gibt es noch drei Kliniken (Nordseeklinik, Allergie- und Hautklinik Norder-

**Norderney,
Ahlbeck und Bad
Homburg als
Best Practice
Beispiele**

**Norderney als
Bad mit langer
Tradition**

19 Eine aktuelle Untersuchung zum Thema Image des Begriffs Kurort zeigt, dass dieser Begriff nach wie vor mit veralteten Konzepten und alten Menschen in Verbindung gebracht wird. Die „Kur“ hingegen hat ein moderneres Image.

ney GmbH, Klinik Norderney der Dt. Rentenversicherung Westfalen), die im Bereich Kuren und Heilbehandlungen aktiv sind.

Norderney besitzt eine lange Tradition, das Seebad wurde 1797 gegründet, als erstes deutsches Nordseebad; im Jahre 1800 wurde es als Seebad offiziell eröffnet. Im Jahre 1990 wurde das Erlebnis- und Freizeitbad „die Welle“ eröffnet, was mittlerweile (2004) zum größten Thalasso-Zentrum Deutschlands (8000 qm) umgebaut wurde.

In 2007 betrug die Gästezahl 400.000 Personen und ca. drei Millionen Übernachtungen wurden generiert. Das Hotelspektrum bietet siebenmal 4*-Hotels, ein 3*-Hotel sowie 12 Hotels ohne Klassifizierung. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer ebenfalls für 2007 betrug 6,7 Tage und die Bettenauslastung lag bei 45,8%.

Norderney bietet Tagungsmöglichkeiten für zehn bis 1.000 Personen, es gibt Veranstaltungsräume in drei Häusern: Haus der Insel, ein modernes Zentrum für Kongresse und Großveranstaltungen; das Kurtheater, das besondere Ambiente für Festvorträge und ein kulturelles Rahmenprogramm bietet als auch das Konversationshaus (ehemals Kurhaus).

Weiterhin besitzt Norderney eine Norderney Card, damit erhält das Staatsbad Norderney ein neu aufgesetztes, statistisches Hintergrundsystem und verfügt erstmalig über konkrete Ist-Zahlen bei den Gästeanreisen.

5.5.2 Bad Homburg (Hessen)

Bad Homburg wirbt mit dem Slogan „Champagnerluft und Tradition“ und bezeichnet sich selbst als „Bad Homburg ist mehr als ein Kurort – eine Oase des Wohlbefindens“.

Im Jahre 1834 wurde der Elisabethenbrunnen entdeckt und im Jahre 1888 erklärte Kaiser Wilhelm II. Homburg zu seiner Sommerresidenz. Erst im Jahre 1912 wurde es zum Bad ernannt und ein weiterer wichtiger Meilenstein ist die Eröffnung des Thermalbades Taunus-Therme im Jahr 1980.

Das Hotelspektrum ist wie folgt: einmal ein 5*-Hotel, drei 4*-Hotels, acht 3*-Hotels, drei 2*-Hotels, ein 1*-Hotel, sechs weitere

**Bad Homburg als
Destination am
Rande eines
Ballungsraums**

Hotels sind ohne Klassifizierung. Die Ankünfte in 2006 betrugen 132.915 Gäste, die eine Aufenthaltsdauer von 3,9 Tagen hatten und ca. 522.000 Übernachtungen generierten.

Ebenfalls bietet Bad Homburg Tagungskapazitäten für 30 bis 300 Personen in Hotels und öffentlichen Einrichtungen an - und für bis zu 1.000 Teilnehmer im KongressCenter im Kurhaus, das Maritim Hotel und Steigenberger Hotel haben ebenfalls Tagungsmöglichkeiten.

Bei der Auswahl von Bad Homburg war es wichtig aufzuzeigen, dass es neben der touristischen Positionierung auch noch andere Bereiche gibt, in die sich ein Kurort entwickeln kann. Mit seiner Lage am Rande eines Ballungsgebietes, seiner attraktiven Wohnlage und Vielzahl an Freizeitmöglichkeiten ist es Bad Homburg gelungen, sich auch als Wohn- und Wirtschaftsstandort zu positionieren. Allerdings sind die Grundstückspreise in Bad Homburg so hoch, dass es sich nur Wenige leisten können dort zu investieren. Dies gilt es bei der weiteren Entwicklung von Bad Saarow zu beachten.

5.5.3 Ahlbeck (Usedom/Mecklenburg-Vorpommern)

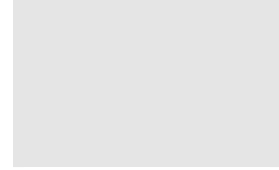
Ahlbeck formt zusammen mit Heringsdorf und Bansin die drei Kaiserbäder auf der Insel Usedom, die sich ähnlich wie der Scharmützelsee als Gesamtregion vermarktet. Ahlbeck stellt sich wie folgt dar: „Ostsee für Genießer“, „Sommerfrische damals – Wellness heute“ und die Insel Usedom stellt sich als „Wellnessinsel Usedom“ dar.

Ahlbeck ist Badeort seit 1852 und die Insel Usedom hatte das Image als „Badewanne“ der Berliner. Seit 1998 ist der Status „Seeheilbad“ für alle drei Bäder gültig. Beeindruckend ist vor allem die Kulisse einer fast vollständig erhaltenen Bäderarchitektur aus der Jahrhundertwende.

Die OstseeTherme Usedom bietet „Wellness für alle Sinne“ mit Gesundheitsstudio an, sie hat zahlreiche Unterkunftspartner in den verschiedenen Hotels und bietet einen um 50 % ermäßigten Eintritt in die Therme an.

**Ahlbeck als
Destination für
Berliner**

Ahlbeck hat im gewerblichen Bereich 13.778 Gästebetten und 366.711 Gäste, diese generierten in 2005 fast 1,9 Millionen Übernachtungen und blieben 5,2 Tage auf der Insel.



6. Derzeitiges Leitbild für Bad Saarow

Im Jahre 2004 wurde zusammen mit der Bevölkerung Bad Saarows ein Leitbild erarbeitet, das auch heute zum Großteil noch seine Gültigkeit hat. Lediglich was die angestrebte Internationalität betrifft, muss ein differenzierter Blick auf Bad Saarow geworfen werden. Die großen Anbieter wie zum Beispiel A-ROSA und Esplanade oder Landhaus Alte Eichen können von der Kompetenz und Ausstattung her einen internationalen Gast bedienen, für die Mehrzahl der kleineren Anbieter dürfte dies sicherlich schwieriger sein. Von daher sollte bei der internationalen Ausrichtung langfristig und zunächst selektiv vorgegangen werden. Ein weiterer Ausbau des Berliner Marktes sollte Ziel bleiben.

Ebenfalls sollte der Lesser-Charakter in Bad Saarow so gut wie möglich erhalten bleiben.

6.1 Anforderungsprofil: Wie soll Bad Saarow wirken?

6.1.1 Gästeperspektive

- Die Wellness- und Gesundheitsangebote sind professionell, kompetent und nachhaltig
- Die medizinischen Angebote sind innovativ, umfassend und dienstleistungsorientiert
- Die Natur ist intakt und wird erhalten
- Bad Saarow ist ein Ort der „Entschleunigung“
- Die Unternehmen arbeiten zum Wohle der Gäste zusammen
- Die Angebote sind vielfältig und qualitativ hochwertig
- Das Preis-Leistungsverhältnis stimmt
- Bad Saarow lebt seine natürliche Gastfreundschaft
- Bad Saarow ist weltoffen, flexibel und unkompliziert
- Das Ortsbild mit seinen verschiedenen Ausprägungen entspricht

den gehobenen Ansprüchen

6.1.2 Bevölkerungsperspektive

- Bad Saarow bietet eine hohe Lebensqualität für junge und ältere Menschen
- In Bad Saarow nimmt die gesamte Bevölkerung an der wirtschaftlichen Entwicklung teil
- Die wirtschaftliche Entwicklung bietet für alle Bürger gute Zukunftsaussichten
- Die Bevölkerung fühlt sich in die Gemeinde eingebunden und gut informiert
- Jeder kann stolz darauf sein, in Bad Saarow zu leben

6.1.3 Sichtweise der Unternehmen und Investoren

- Es ist wirtschaftlich attraktiv, in Bad Saarow zu investieren
- Die Gemeinde und die Verwaltung von Bad Saarow bieten professionelle Unterstützung und Problemlösungen an
- Die Entscheidungen der Gemeinde sind nachhaltig, zukunftsorientiert und investitionsfördernd

6.2 Leitbild von Bad Saarow

Der historisch gewachsene Ort Bad Saarow wird durch die Pflege und Weiterentwicklung seiner architektonischen Struktur und seiner natürlichen, medizinischen und kulturellen Ressourcen sowie seiner touristischen Infrastruktur der Anziehungspunkt für nationale und internationale Erholungssuchende ebenso wie für gesundheits-, wellness-, und sportorientierte Individualgäste mit gehobenen Ansprüchen.

Bad Saarow steht für eine ausgeprägte Dienstleistungsmentalität und Freundlichkeit aller Leistungsanbieter und Bürger in dem Bewusstsein der herausragenden wirtschaftlichen Bedeutung der Gäste für die gesamte Region.

Unsere Gastgeberkultur übertrifft die individuellen Wünsche und Erwartungen unserer Gäste. Sie sprechen voller Begeisterung über Bad Saarow und kehren an den Ort der Entspannung, des Wohlerfühlens und des individuellen Lebensgefühls gerne wieder zurück.

Bad Saarow ist ein attraktiver und begehrter Ort für die, die hier investieren, arbeiten und wohnen.

„Bad Saarow entdecke dich selbst“

7. Vision, Ziele, Themenfelder und Strategien für Bad Saarow

Das übergeordnete Ziel für Bad Saarow sollte die nachhaltige Entwicklung sein. Wie bereits eingangs festgehalten, zielt sie auf eine Umsteuerung, welche die Lebenssituation der heutigen Generation verbessert (Entwicklung) und gleichzeitig die Lebenschancen künftiger Generationen nicht gefährdet, ab (Optimierung der sozialen, wirtschaftlichen und natürlichen Grundlagen der Gesellschaft). Unter dieser Prämisse sollte Bad Saarow weiterentwickelt werden. Dies umfasst nicht nur die Funktion als Tourismusort, sondern gleichfalls als attraktiver Wohn-, Gesundheits- sowie Gewerbestandort. Zwischen den Bereichen existieren Synergien, die besser genutzt werden sollten; bzw. sollte sich eine engagierte Arbeitsgruppe um das Thema Gewerbestandort Bad Saarow kümmern.

Die nachfolgende Vision, die resultierenden Ziele und daraus abgeleiteten Strategien konzentrieren sich jedoch auf Bad Saarow als Gesundheits- und Tourismusstandort, wobei die anderen beiden Funktionen auch mit beachtet wurden.

7.1 Vision

Bad Saarow am Scharmützelsee bei Berlin als Marke für ganzheitlichen Gesundheits-, Wellness- und Wohlfühltourismus für Gäste, die Qualität zu schätzen wissen, die gerne wiederkommen und Bad Saarow weiterempfehlen.

Bad Saarow sollte sich als ganzheitliche Gesundheitsdestination weiterentwickeln, die den Erholenden insbesondere ermöglicht wieder zu sich selbst zu finden. Die Idylle und Ruhe des Ortes führen dazu, dass Stress des Alltags abgebaut wird und der Gast durch die Vielzahl der Freizeitmöglichkeiten, gerade in der freien Natur, auch aktiv Ablenkung an der frischen Luft findet.

Bad Saarow am Scharmützelsee bei Berlin sollte sich sukzessive bundesweit als Marke positionieren, wobei der geographische Schwerpunkt für den Ort zunächst in und um Berlin und den

Nachhaltige
Entwicklung als
übergeordnetes
Ziel

Bad Saarow als
ganzheitliches
Produkt

Schrittweise
bundesweite
Positionierung

neuen Ländern liegt, vor allem südlich, westlich und östlich von Berlin. Der Wettbewerb um Gäste verschärft sich immer mehr, sodass nur konsequenterweise der Schritt nach vorne bleibt. Eine Reduktion der Aktivitäten käme einem Rückschritt gleich und somit wären auch die bereits geförderten (Infrastruktur-) Maßnahmen nicht gerechtfertigt. Ein Markenaufbau braucht Zeit (und finanzielle Mittel) und sollte nicht durch kurzfristigen Aktionismus unterbrochen werden, wobei Bad Saarow den Vorteil besitzt, dass es eine schillernde und vielfältige Historie besitzt, die für den Aufbau als Marke genutzt werden kann. Weiterhin befinden sich drei große touristische Leistungsträger²⁰ am Ort, die erhebliche Budgets in die Vermarktung des Standortes investieren. Mit dem Tourismusverein Scharmützelsee e.V. gibt es eine weitere touristische Institution, welche die Region um den Scharmützelsee bewirbt sowie das Reisegebiet Seenland Oder-Spree, in dem Bad Saarow liegt. Die bestehende Zusammenarbeit sollte intensiviert werden.

Ein wichtiger Indikator für eine Marke ist der aktive und passive Bekanntheitsgrad sowie die Durchsetzung eines Preis - Premiums. Im Vergleich mit anderen Destinationen in Brandenburg liegt Bad Saarow - was die Preispolitik betrifft – vorne, zumal ein Großteil der gewerblichen Betten im gehobenen 4*-Segment liegen. Nichtsdestotrotz sind Gäste oft dazu bereit mehr zu bezahlen²¹, wenn das Preis-Leistungsverhältnis stimmt, da es für sie persönlich auch eine Statusfrage - und damit Imagefrage - ist, wo denn der (Kurz-)Urlaub stattgefunden hat.

Die nachfolgend aufgelisteten strategischen Ziele stellen keine Rangfolge dar, sondern stehen gleichrangig nebeneinander.

Ausdauer und Finanzen sind notwendig für einen gelungenen Markenaufbau

Hoher Bekanntheitsgrad ist ein Indikator für eine erfolgreiche Marke

²⁰ Dies sind: SaarowTherme, Hotel Esplanade Resort & Spa sowie Sport & SPA Resort A-ROSA Scharmützelsee

²¹ Siehe das Beispiel von Sylt oder im Konsumgüterbereich bestimmte Markenprodukte wie Dolce und Gabbana oder Nike

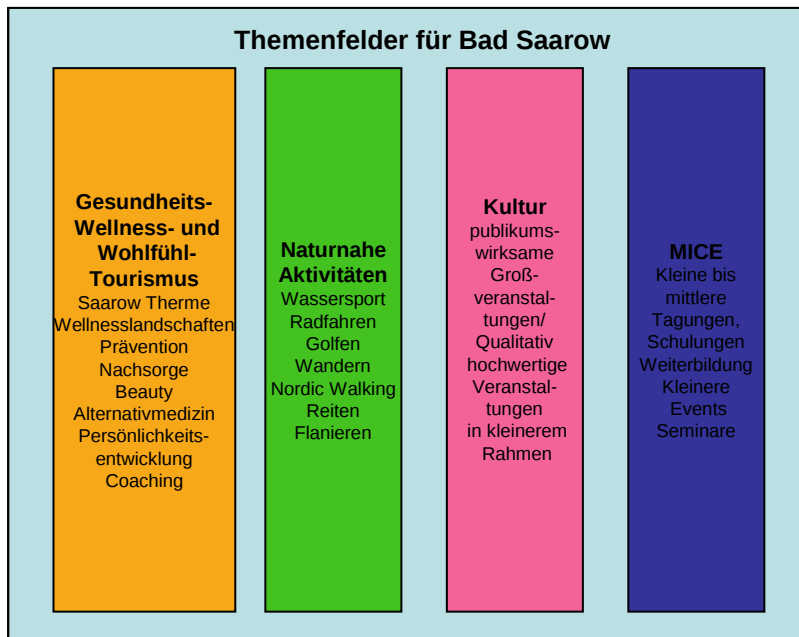
7.2 Strategische Ziele

- Bad Saarow verstärkt seine Positionierung im Gesundheits-, Wellness- und Wohlfühltourismus unterstützt durch sein kulturelles Angebot.
- Bad Saarow bleibt attraktives Tagesausflugsziel für Berliner und Brandenburger und erhöht den Anteil der Übernachtungsgäste.
- Bad Saarow positioniert sich weiterhin als Tourismusstandort für den aktiven Gast mit Freude an Sport und Bewegung in der freien Natur. Aktivurlaub ist in Bad Saarow sehr gut möglich.
- Bad Saarow erhöht seinen Bekanntheitsgrad als Tagungs- und Schulungsstandort für kleine und mittlere Events.
- Bad Saarow sichert den ökonomischen Erfolg der regionalen Akteure durch professionelles und kooperatives Management
- Bad Saarow sichert kontinuierlich den gehobenen Qualitätsstandard und baut diesen aus.

7.3 Themenfelder für Bad Saarow

Die Themenfelder Gesundheits-, Wellness- und Wohlfühltourismus sollten von Bad Saarow besetzt bleiben und zukünftig weiter ausgebaut werden ebenso der Bereich naturnahe Aktivitäten und Kultur. Die Positionierung im Feld der Tagungen und Seminare sollte ebenfalls vorgenommen werden:

Abbildung 16: Themenfelder für Bad Saarow



Quelle: eigene Darstellung

7.4 Strategien für Bad Saarow

Aus den Gegebenheiten des Wettbewerbes und den Rahmenbedingungen des touristischen Marktes sowie den erarbeiteten Zielsetzungen lassen sich strategische Grundsätze für Bad Saarow ableiten. Während operative Marketingmaßnahmen kurzfristigen Trends u. a. auf Basis von aktuellen Marktforschungsdaten Rechnung tragen müssen, um sich den ständig wandelnden Nachfrageveränderungen anzupassen, legen die strategischen Leitlinien die langfristige Orientierung für die touristische Entwicklung von Bad Saarow fest. Sie sind die Größen für Handlungen in den kommenden Jahren und geben somit Sicherheit bei der Entscheidungsfindung. Die strategischen Grundsätze zeigen somit auf, in welche „Richtung“ die

Strategische Grundsätze für Bad Saarow

Langfristige Entwicklung wird angestrebt

Entwicklung gehen soll, um die dargestellten Ziele für Bad Saarow zu erreichen. Die einzelnen Schritte zur Zielerreichung spiegeln sich in den Handlungsansätzen wider.

Mittels einer Strategie-Optionen-Box werden im Folgenden die zutreffenden Felder für die touristische Strategie von Bad Saarow dargelegt.

Abbildung 17: Strategiebox für Bad Saarow

Entwicklungs-Strategien					
Themenfelder	Gesundheit-, Wellness-Wohlfühltourismus		Naturnahe Aktivitäten		MICE
Entwicklungs- richtung	Wachsen		Stabilisieren		Schrumpfen
Marktfelder	Marktdurch- dringung	Markt- entwicklung	Produkt- entwicklung	Diversifikation	
Marktareal	Berlin	neue Länder	selektiv national	selektiv international	
Konkurrenz-Strategien					
Strategiestil	Kontra/ Wettbewerbsorientiert		Mitläufer (me-too)		Kooperation
Wettbewerbs- verhalten	Nischenstrategie	Aggressive Preis- führerschaft	Qualitätsführer- schaft		Niedrig-Preis- Segment
Kunden-Strategien					
Zielgruppen	Tagesgäste			Übernachtungsgäste	
Kundenpolitik	Neukundenakquisition		Kundenbindung		Kundenrück- gewinnung
Marktbearbeitungs- strategie	Massenmarkt-Strategie			Segmentierungs-Strategie	
	Undifferenziert	Differenziert	Eine Ziel- gruppe	2-3 Ziel- gruppen	Mehrere Ziel- gruppen
Positionierungs-Strategien					
Kostenpolitik	Präferenz-Strategie			Preis-Mengen-Strategie	

Quelle: eigene Darstellung

Nachfolgend werden die einzelnen Strategien kurz dargestellt und erläutert:

7.4.1 Entwicklungs-Strategien

Im Rahmen der Entwicklungs-Strategien sind bei den Themenfeldern – wie bereits dargestellt – Gesundheits-, Wellness- und Wohlfühltourismus, naturnahe Aktivitäten (Aktivurlaub) und MICE vorgesehen.

Als Entwicklungsrichtung gilt „Wachsen“ für Bad Saarow. Die Gemeinde sollte schrittweise ihre Gästezahlen, Tages- und

„Wachsen“ als Entwicklungsrichtung

Übernachtungsgäste, die Bettenkapazität sowie zusätzliche touristische Dienstleister weiter - in maßvollen Schritten - ausbauen. Eine Ansiedlung von Großanlagen sollte an ausgewählten Standorten erfolgen.

Bei den Marktfeldern sollte zunächst eine stärkere Marktdurchdringung auf den bestehenden Märkten angestrebt werden, die mit einer Produktentwicklung einhergeht. Vor allem Produkte im Bereich ganzheitliches Gesundheitswesen und im Feld Tagungen und Seminare sowie Persönlichkeitsentwicklung sollten in naher Zukunft auf den Markt gebracht werden. Eine Marktentwicklung wäre dann der Folgeschritt.

Das Marktareal ist in vier Bereiche unterteilt, die alle bearbeitet werden sollten, allerdings in sukzessiven, zeitlich aufeinanderfolgenden Schritten. Die Konzentration auf Berlin und den neuen Ländern sollte bleiben, da hier Bad Saarow schon einen hohen Bekanntheitsgrad besitzt. Mittelfristig sollte jedoch eine Ausweitung auf den bundesdeutschen Markt erfolgen, die selektiv ist. Als primäre Märkte wären hier Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen und Hamburg zu nennen, die süddeutschen Bundesländer weniger. Langfristig, mit Eröffnung des BBI, kann – in Abstimmung mit dem Seenland Oder-Spree und der TMB – eine internationale Positionierung angestrebt werden, wobei hier die Vorreiter die großen Hotels in Bad Saarow sein dürften, die jetzt schon selektiv Auslandsmärkte bearbeiten. Allerdings ist derzeit nicht genau abzuschätzen, welche Auswirkungen die internationale Finanzkrise haben wird. Im besten Fall wird sich die Zahl der Inlandsreisen der Deutschen erhöhen, was sich für Bad Saarow als Chance entwickeln könnte. Dagegen könnten ausländische Gäste eine größere Zurückhaltung beim Reisen nach Deutschland zeigen.

7.4.2 Konkurrenz-Strategien

Der Strategiestil ist durch Kooperation und Wettbewerbsorientierung gekennzeichnet. Die Kooperation bezieht sich primär auf die Region Scharmützelsee, die sich ebenfalls als Einheit vermarktet. Hier sollte eine enge Abstimmung erfolgen, da Bad Saarow von den vielfältigen Angeboten und der Zusammenarbeit mit den Gemeinden am Scharmützelsee profitiert. Eine Partnerschaft mit einer anderen Destination sollte neu überdacht werden. Ansonsten sollte Bad Saarow wettbewerbsorientiert agieren. Der wich-

**Zunächst
stärkere Marktdurchdringung**

**Bestehende
Quellmärkte
halten und
sukzessive
Ausdehnung**

**Auswirkungen
der Finanzkrise
auf den Tourismus
sind derzeit
noch nicht ganz
klar einzuschätzen**

**Kooperation mit
dem Umfeld,
Wettbewerb mit
den Konkurrenten**

tigste Wettbewerber im Bereich Gesundheitstourismus in Brandenburg ist Burg (Spreewald), hier sollte eine klare Abgrenzung und Positionierung erfolgen.

7.4.3 Kunden-Strategien

Bad Saarow wird unter Berücksichtigung der Zielgruppen betrachtet, es gilt sowohl Tages- als auch Übernachtungsgäste anzusprechen. Der Anteil der Stammgäste sollte kontinuierlich erhöht werden und somit die Kundenbindung gesteigert werden. Gleichzeitig ist es aber unbedingt notwendig, dass neue Gästegruppen erschlossen werden, sei es der Tagungsmarkt, Gäste im Bereich Gesundheitstourismus oder aus neuen Quellgebieten. Keinesfalls sollte auf den Massenmarkt abgezielt werden, sondern durch eine gehobene Positionierung das Segment der mittleren und gehobenen Einkommensklassen angesprochen werden, die sich nochmals in drei große Zielgruppen aufteilen: Gesundheits-, Wellness und Wohlfühlgäste, aktive Erholungssuchende (Aktivtourismus in der Natur) sowie Tagungs- und Seminargäste.

7.4.4 Positionierungs-Strategien

Die Positionierung von Bad Saarow sollte als Marken-Destination geschehen. Ein ausgewogenes Preis-Leistungs-Verhältnis, das die angebotene Qualität widerspiegelt, sollte für Bad Saarow stehen. Bad Saarow positioniert sich als die Marke im Bereich Gesundheitstourismus und Wellness in Brandenburg. Keinesfalls sollte eine Preis-Mengen-Strategie avisiert werden, das „Produkt Bad Saarow“ ist dafür zu hochwertig.

Zielgruppenadäquate Ansprache

Bad Saarow ist als „Produkt“ hochwertig

8. Maßnahmen für Bad Saarow

Nachfolgend die Maßnahmenliste für Bad Saarow, die sich aus noch zu erledigenden Maßnahmen aus dem Jahr 1994 und neuen Maßnahmen zusammensetzt. Die Maßnahmen wurden priorisiert in (1) = höchste Priorität, (2) = mittlere Priorität und (3) = nachgeordnete Priorität, des Weiteren mit einem Zeithorizont (sofort, kurzfristig, mittelfristig und langfristig) versehen, die Zuständigkeit dargestellt und mit Anmerkungen ergänzt, die zum besseren Verständnis dienen.

In der ersten Aufstellung sind die Maßnahmen nach Prioritäten geordnet, beginnend mit dem Tourismus, in der zweiten Aufstellung sind sie nach Themenfeldern dargestellt.

Grundsätzlich wird davon ausgegangen, dass Tourismus in Bad Saarow erwünscht ist und dieser auch weiter ausgebaut werden soll.

Generell wird vorgeschlagen, dass eine jährliche Prioritätenliste mit ausgewählten Maßnahmen erstellt wird, die umgesetzt werden sollen. Diese basieren auf den finanziellen Möglichkeiten der Gemeinde Bad Saarow bzw. des Amtes Scharmützelsee.

Maßnahmen für Bad Saarow ab 2009 – nach Prioritäten geordnet

Priorität 1				
Maßnahmen	Themenfeld	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Entwicklung einer effizienten Organisationsstruktur	Tourismus	Sofort	Gemeinde/ Amt	
Aufstellung eines Finanzierungskonzeptes für ein effektives, organisatorisches Konstrukt zur gemeinsamen Vermarktung sowie zur Koordination.	Tourismus	Sofort	Gemeinde/ Amt	Im Anhang dieser Ausarbeitung befinden sich erste Anregungen für die Umsetzung
Gründung einer Stiftung zur Förderung des Tourismus in Bad Saarow	Tourismus	Sofort	Gemeinde/Leistungsträger	Sollte als Finanzierungsmodell überdacht werden
Erfolgreiche Bewerbung um den Ryder Cup	Tourismus	Sofort/ Kontinuierlich	Private Leistungsträger/ Gemeinde	Koordiniertes sowie gemeinsames Vorgehen wichtig, alle ziehen an einem Strang

Priorität 1				
Maßnahmen	Themenfeld	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Einführung einer Tourismusabgabe zur Förderung des Tourismus in Bad Saarow	Tourismus	Sofort	Gemeinde	Sollte als Finanzierungsmodell überdacht werden
Regelmäßige Fortschreibung des Kurortrahmenplans notwendig.	Tourismus	Kontinuierlich	Gemeinde	Alle drei Jahre sollte der Kurortrahmenplan aktualisiert werden
Beauftragung eines Marketingkonzepts	Tourismus	Sofort	Gemeinde	Sofern die Haushaltslage diesen Schritt erlaubt. Vergabe an Tourismusmanager oder Berater
Schaffung der Position eines Tourismusmanagers und einer effektiven Tourismusorganisation in Bad Saarow oder externe-Vergabe	Tourismus	Sofort	Gemeinde/Leistungsträger	Die Organisationsstruktur muss noch erarbeitet werden

Priorität 1				
Maßnahmen	Themenfeld	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Durchführung einer Wirtschaftsanalyse zum ökonomischen Beitrag des Tourismus in Bad Saarow	Tourismus	Kurzfristig	Gemeinde	Nach Haushaltssituation an Berater zu vergeben
Büro und Infrastruktur für den Tourismusmanager bereitstellen	Tourismus	Kurzfristig	Gemeinde	Der Standort sollte bei der TI Bad Saarow sein
Auf- und Ausbau der Kooperationen und Netzwerke im Tourismus und Gesundheitswesen lokal und regional zwecks Produktentwicklung und verbesserter interner Kommunikation	Tourismus	Sofort	Tourismusmanager	• Stammtische • Tag der Offenen Tür • E-Mail-Verteiler für die touristischen Anbieter (interne Kommunikation, Informationsweitergabe, Newsletter, Verteiler für Freizeit- und Kulterinformationen)

Priorität 1				
Maßnahmen	Themenfeld	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Verbesserung der Kooperation zwischen Verwaltung, Politik und Wirtschaft	Tourismus	Kontinuierlich	Tourismusmanager/Gemeinde	Die Zusammenarbeit muss dringend verbessert werden mit dem Ziel die Potenziale Bad Saarows zu verbessern
Wort „Fremdenverkehr“ komplett streichen	Tourismus	Sofort	Gemeinde/neues Konstrukt	Der Begriff Fremdenverkehr ist veraltet, man spricht nun vom Tourismus, da dies auch als gastfreundlicher betrachtet wird
Einsatz des Begriffes „Kur“ im Marketing bleibt zu prüfen	Tourismus	Sofort	Gemeinde/neues Konstrukt	Die „Kur“ im klassischen Sinne stirbt aus, mehr Prävention und Nachsorge, bleibt zu überprüfen
Bau eines 3*-Hotels in Bad Saarow Mitte	Tourismus	Mittelfristig	Privater Investor	Das Konzept für die Anlage sollte überzeugend sein, Investor und Betreiber im Paket
Keinesfalls Aufbau eines Billigtourismus	Tourismus	Sofort	Tourismusmanager	Bad Saarow sollte seine Positionierung als Destination mit Qualitätsanspruch halten

Priorität 1				
Maßnahmen	Themenfeld	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Einheitliche Benennung des Scharmützelsees	Tourismus	Kurzfristig	Koordination durch den Tourismusmanager	Empfehlung: Der Begriff „Märkisches Meer“ sollte wegfallen, da dies für die Mehrzahl der potenziellen Gäste nicht einzuordnen ist
Schaffung eines adäquaten Preis-Leistungsverhältnisses	Tourismus	Kurzfristig	Leistungsträger	Derzeit passt das Preis-Leistungs-Verhältnis nicht immer zusammen
Beschilderung an der Autobahnabfahrt Fürstenwalde optimieren	Tourismus	Kurzfristig	Gemeinde/Leistungsträger	Derzeit wirkt die Beschilderung nicht sehr einladend, sondern eher nach Einzelkämpfertum
Einheitliches CD und Slogan nutzen (auch die Leistungsträger)	Tourismus	Kurzfristig und langfristig halten	Alle	Derzeit werden unterschiedliche CDs und Slogans benutzt, im Zuge des Markenaufbaus ist eine Einheitlichkeit von Bedeutung

Priorität 1				
Maßnahmen	Themenfeld	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Umbenennung der Bad Saarow Kur GmbH	Tourismus	Mittelfristig	Bad Saarow Kur GmbH/Gemeinde	Derzeit führt der Name zur Verwirrung was die Aufgaben betrifft. Neuer Name könnte SaarowTherme GmbH sein
Berücksichtigung der Barrierefreiheit bei allen zukünftigen Infrastrukturmaßnahmen	Tourismus	Kurzfristig zu beginnen, aber langfristig zu halten	Gemeinde	z.B. Absenkung von Gehwegen
Regelmäßige Marktforschung	Tourismus	Mittelfristig	Tourismusmanager	Einwohner-, Leistungsträger und Gästebefragung
Regelmäßige Pflege des öffentlichen Mobiliars	Tourismus	Kontinuierlich	Gemeinde	Der gehobene Standard von Bad Saarow sollte sich auch in der Pflege widerspiegeln

Priorität 1				
Maßnahmen	Themenfeld	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Restaurierung der Brücke über dem Graben (Karl-Marx-Damm)	Tourismus	Kurzfristig	Gemeinde	Die Brücke muss dringend neu gestrichen werden
Überarbeitung der Internet-Seite der Gemeinde durch Kur GmbH	Tourismus	Kurzfristig	Kur GmbH	Die aktuelle Seite entspricht nicht mehr den Anforderungen des neuen Konzeptes
Aufstellung von (Online-) Infoterminals in der Region	Tourismus	Mittelfristig	Koordination über den Tourismusmanager	Zur besseren Information der Gäste sinnvoll
Beschilderungskonzept, -pflege	Tourismus	Mittelfristig	Amt Scharmützelsee	Kontinuierlich sollte die Beschilderung überprüft werden, einheitliche Straßenbeschilderung, Kennzeichnung der Hausnummern
Bessere Zusammenarbeit der Mediziner am Ort zwecks Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen	Gesundheit	Sofort	Koordination über den Tourismusmanager	Das Potenzial von Bad Saarow sollte besser genutzt werden

Priorität 1				
Maßnahmen	Themenfeld	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Ausbau des Netzwerks Tourismus und Gesundheit in Bad Saarow	Gesundheit	Kurzfristig	Koordination über den Tourismusmanager	Das Potenzial von Bad Saarow sollte besser genutzt werden. Regelmäßige Zusammentreffen der Akteure (z.B. Gesprächsrunden, Diskussionsforen)
Produktentwicklung im Bereich der Präventivmedizin	Gesundheit	Kurzfristig	Tourismusmanager mit den Mediziner*innen	Präventarium (Katalog) existiert seit 11/2008
Produktentwicklung im Bereich der Nachsorge	Gesundheit	Kurzfristig	Tourismusmanager mit den Mediziner*innen	Das Potenzial von Bad Saarow sollte besser genutzt werden
Erhaltung, Schutz und Pflege der Flora und Fauna, entsprechend den Vorgaben der bestehenden Landschaftsgesetzgebung (auch Biotopschutz)	Landschaft	Kontinuierlich	Gemeinde	Die Landschaft und Natur Bad Saarows ist ein entscheidender Faktor für die weitere Entwicklung des Ortes, deshalb sollte hier mit Sorgfalt gehandelt werden

Priorität 1				
Maßnahmen	Themenfeld	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Ufer & Seekonzeption für den Scharmützelsee erhalten	Landschaft	Kontinuierlich	Gemeinde	.
Weiterer Ausbau des Wohnstandorts Bad Saarow auch für junge Leute (Azubis) – Ein-Raum-Wohnungen und Familien, nicht nur für Ältere	Siedlung	Kurzfristig beginnen und kontinuierlich pflegen	Gemeinde	Bad Saarow sollte seine „Nähe“ zu Berlin und die Attraktivität des Standortes besser herausstellen
Aktualisierung der denkmalgeschützten Gebäude und Erhalt des Lesser-Charakters in Bad Saarow	Siedlung	Sofort	Bauamt in Absprache mit der Gemeinde	Bestandsschutz geht vor, Restaurierung vor Abriss und Neubau
Denkmalbereichsschutzsatzung ist wünschenswert	Siedlung	Sofort	Gemeinde	Attraktive Kulturlandschaft soll erhalten bleiben

Priorität 1				
Maßnahmen	Themenfeld	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Sanierung und Erhaltung des Wasserturms	Siedlung	Sofern möglich, schnellstmöglich beginnen	Privater Investor	Wasserturm bis 2007 in Nutzung/Gastronomische Nutzung erscheint sinnvoll
Ausweisung eines allgemeinen Wohngebietes mit Sondereinrichtung Sport- und Freizeitpark und Jugendeinrichtung zwischen Pieskower Chaussee, Bahnlinie, Bahnhof Pieskow und Parkplatz Helios-Klinikum	Siedlung	Geschieht bereits	Gemeinde	In Planung

Priorität 1				
Maßnahmen	Themenfeld	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
DSL-Anbindung	Siedlung	Sollte kurzfristig gemacht werden	Gemeinde	
Sanierung der Landesstraße von Petersdorf nach Bad Saarow	Verkehr	Sollte kurzfristig gemacht werden	Land	Ist für 2011 vorgesehen
Erstellung und Umsetzung einer Innenmarketingkonzeption zur Motivation der Wohnbevölkerung zur Erlangung einer starken Bindung bzw. Identifikation mit Bad Saarow	Bevölkerung	Sollte umgehend geschehen	Tourismusmanager	• Vorträge für Einheimische zwecks Aufbau und Stärkung der regionalen Identität • Informationsoffensive :“Tag der touristischen Dienstleister“ (interner Tourismustag, „Schnupper-Exkursionen“ in die Region.)

Priorität 1				
Maßnahmen	Themenfeld	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Keine Ansiedlung von emmissionsträchtigen Betrieben	Produzieren- des Gewer- be, Hand- werk	Sofort	Gemeinde/Amt	Die Luftqualität sowie die Ruhe und Idylle muss in Bad Saarow erhalten werden
Bau einer Ladenmeile mit kleineren Geschäften sowie gastronomischen Einheiten in Bad Saarow Mitte als Attraktionspunkt für die Bewohner Bad Saarows und des Umlandes sowie für die Gäste	Handel, Dienstleis- tungen	Kurzfristig zu realisie- ren unter dem Aspekt der Lang- fristigkeit	Private Investorengruppe	• Rauslocken der Gäste aus den Hotels • Möglichkeiten zum Geldausgeben schaffen • Flaniermöglichkeit
Etablierung eines regionalen Produktemarktes	Handel, Dienstleis- tungen	Kurzfristig	Gemeinde/Privat	• Rauslocken der Gäste aus den Hotels • Möglichkeiten zum Geldausgeben schaffen • Flaniermöglichkeit

Priorität 1				
Maßnahmen	Themenfeld	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Strategiekonzept für publikumswirksame Veranstaltungen von überregionaler Medienbedeutung	Sport und Freizeit	Kurzfristig	Tourismusmanager	Gegenwärtig kein Konzept vorhanden, publikumswirksame Veranstaltungen ja.
Steigerung der Attraktivität der Badestellen	Sport und Freizeit	Kurzfristig	Gemeinde/Privat	
Erweiterung der Saunalandschaft notwendig	Sport und Freizeit	Kurzfristig	Gemeinde/Bad Saarow Kur GmbH	

Priorität 2				
Maßnahmen	Themenfeld	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Anpassung der Internet-Auftritte	Tourismus	Mittelfristig	Alle	• Sinnvolle Domains sichern • Möglichst viele Links bei Partnern setzen • Suchmaschinenoptimierung • Regelmäßiger Webseiten Check
Web 2.0 Elemente	Tourismus	Mittelfristig	Bad Saarow Kur GmbH	Werden zunehmend in der Vermarktung genutzt
Wanderwegenetz pflegen & vermarkten, Ausbau & Unterhaltung + Beschilderung	Tourismus	Mittelfristig	Koordination über den Tourismusmanager	
Durchführung einer Qualitäts- und Qualifizierungsoffensive	Tourismus	Mittelfristig	Leistungsträger	• Aufzeigen der Notwendigkeit von Umbauten/Renovierungen von Hotels und Ferienwohnungen • Teilnahme von allen Leistungsträgern an der ServiceQualität Brandenburg

Priorität 2

Maßnahmen	Themenfeld	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Fallweise Einbeziehung von externen Moderatoren	Tourismus	Mittelfristig	Koordination durch den Tourismusmanager	- Konflikte werden unter neutraler Moderation gelöst und nicht bis zur Eskalation ausgetragen - Schnellere Entscheidungsprozesse in festgefahrenen Situationen
Durchführung von regelmäßigen Mystery Checks sowohl bei der TI als auch den Leistungsträgern	Tourismus	Mittelfristig	Koordination durch den Tourismusmanager	Eine regelmäßige Kontrolle dient der Absicherung der Qualität
„Nachbarschaftsausschuss“ beleben	Tourismus	Mittelfristig	Politische Gremien der Gemeinde Bad Saarow-Gemeinderäte der Umlandgemeinden	- Regelmäßige gegenseitige Information - Verbesserung des Arbeitsklimas zwischen den Gemeinden
Gemeindeeingänge/Ortsbegrüßungsschilder besser darstellen	Tourismus	Mittelfristig	Gemeinde	Ortsbegrüßungsschilder aufstellen

Priorität 2				
Maßnahmen	Themenfeld	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Flexibilisierung der Arbeitszeiten in der TI Bad Saarow beibehalten	Tourismus	Mittelfristig	Tourismusmanager/TV Scharmützelsee e.V.	Je nach Bedarf (Saison) die Einsätze planen
Prüfung der Zielgruppe Familien für Bad Saarow	Tourismus	Mittelfristig	Tourismusmanager	Bisher ist der Schwerpunkt Familien in Wendisch-Rietz, ob dies für Bad Saarow Sinn macht bleibt zu prüfen (Marketingkonzept)
Schaffung neuer Produkte für den (Gesundheits-) Tourismus	Tourismus	Mittelfristig	Tourismusmanager	In Abstimmung mit den Ärzten und medizinischen Berufen sollten neue Produkte geschaffen werden
Regelmäßige Trendüberwachung	Tourismus	Mittelfristig	Tourismusmanager/ Leistungsträger	Beobachtung von Trends in den Bereichen: Reise, Gesundheit, Wellness, Tagungen.
Zyklische Kontrolle (ca. 3 jährig) und kritische Überprüfung der Finanzierung des Tourismus	Tourismus	Mittelfristig	Noch zu schaffendes Konstrukt	Anpassungen können so schnell gemacht werden

Priorität 2				
Maßnahmen	Themenfeld	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Zyklische Kontrolle (ca. 3 jährig) und kritische Überprüfung der touristischen Organisationsstruktur	Tourismus	Mittelfristig	Noch zu schaffendes Konstrukt	Anpassungen können so schnell gemacht werden
Zertifizierung als Viabono-Destination im Angebotssegment Gesundheit	Tourismus	Mittelfristig	Tourismusmanager	Viabono ist die Dachmarke für umwelt- und qualitätsorientiertes Reisen (www.viabono.de).
Verbesserung der Freizeit- und Kulturmöglichkeiten (z.B. Saarow Centrum, Freilichtbühne, Strandbäder, Abenteuer- und Erlebnisspielplatz)	Tourismus	Mittelfristig	Koordination durch die Gemeinde	
Sinnhaftigkeit der Partnerdestination überprüfen	Tourismus	Mittelfristig	Tourismusmanager	Empfehlung: Neue Partnerdestination suchen, die ein ähnliches Profil wie Bad Saarow aufweist

Priorität 2				
Maßnahmen	Themenfeld	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Bau eines 3*-Hotels in Bad Saarow Mitte	Tourismus	Mittelfristig	Privater Investor	Das Konzept für die Anlage sollte überzeugend sein, Investor und Betreiber im Paket
Wellness- und Bildungshotel Theresienhof sowie Biergarten	Tourismus	Mittelfristig	Privater Investor	Das Segment Familientourismus kann angesprochen werden, Wendisch-Rietz sollte aber als Schwerpunkt erhalten bleiben
Überprüfung der Ausgliederung des Kurparkes aus der Bad Saarow Kur GmbH	Tourismus	Mittelfristig	Gemeinde	
Schaffung von regelmäßigen (1x wöchentlich) Konzerten und kulturellen Veranstaltungen während der Saison	Tourismus	Mittelfristig	Gemeinde/Leistungsträger	Als Treffpunkt und Attraktion sollten Veranstaltungen in Ergänzung zum Kultursommer abgehalten werden
Schaffung von Wassertankstelle	Tourismus	Mittelfristig	Koordination über den Tourismusmanager	Überprüfung des Standorts

Priorität 2				
Maßnahmen	Themenfeld	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Fahrradtankstellen (z. B. Aufpumpstationen) einrichten	Tourismus	Mittelfristig	Koordination über den Tourismusmanager	Überprüfung der Standorte
Ausbau der Fahrrad GPS-Routen	Tourismus	Mittelfristig	Koordination über den Tourismusmanager	
Pflege und eventuell weiterer Ausbau des Nordic-Walking-Netzes	Tourismus	Mittelfristig	Koordination über den Tourismusmanager	
Schaffung von weiteren Gastronomieangeboten mit internationaler Küche	Tourismus	Mittelfristig	Leistungsträger	Bei weiterhin steigenden Gästezahlen sollte auch internationale Gastronomie in Bad Saarow ihren Platz finden
Öffentlichen Grillplatz überdenken	Tourismus	Mittelfristig	Gemeinde	

Priorität 2				
Maßnahmen	Themenfeld	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Realisierung eines Wohnmobilstellplatzes/ Campingplatz hat Bestand-schutz	Tourismus	Mittelfristig	Gemeinde	Mit Ver- und Entsorgungsstation, ca. 20-30 Stellplätze für Wohnmobile
Verstärkter Ausbau von barrierefreien Unterkunftsmöglichkeiten	Tourismus	Mittelfristig	Leistungsträger	Leistungsträger müssen dies selbst wollen
Ansiedlung von Alternativmedizin	Gesundheit	Mittelfristig	Gemeinde/Amt	Bisher ist dieser Bereich in Bad Saarow nicht stark vertreten, bei entsprechender Nachfrage und gezieltem Produktaufbau sollte dies stärker integriert werden

Priorität 2				
Maßnahmen	Themenfeld	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Entwicklung und Einführung der Schwerpunktprogramme: - Super Check-Up - Mutter-Baby-Kur - Teilstationäre AHB (mit Helios-Klinikum) - Rheuma Kompakt Kur - Ambulante AHB	Gesundheit	Mittelfristig	Tourismusmanager in Zusammenarbeit mit den Mediziner*innen	Teilweise schon erfüllt
Prüfung der Chancen und Risiken im Bereich der Schönheits-Operationen (Plastische Chirurgie)	Gesundheit	Mittelfristig	Unabhängiges Institut	Der Bereich der Schönheits-Operationen ist in den vergangenen Jahren stark gewachsen und die Prognosen sind positiv.
Überprüfung der Waldwege zur Nutzung des Aktiv-Sports (Mountain-Bike-Rundkurs)	Landschaft	Mittelfristig	Tourismusmanager	

Priorität 2				
Maßnahmen	Themenfeld	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Platz am Stein und Louise-Henrietten-Platz gärtnerisch gestalten	Landschaft	Mittelfristig	Gemeinde	Regelmäßige Pflege bei der Finanzierung berücksichtigen.
Fertigstellung einer Ufer & Seekonzeption für den Scharmützelsee	Landschaft	Kontinuierlich	Gemeinde	.
Zugänge zum Ufer schaffen, laut Lesser wiederherzustellen bzw. auszubauen	Landschaft	Kontinuierlich	Gemeinde/Bauamt	Für Einheimische und Gäste sollte ein besserer Zugang zum See ermöglicht werden
Gestaltungssatzung oder Denkmalsatzung schaffen	Landschaft	langfristig	Bauamt	
Lobbyarbeit zur Ansiedlung von Bürgern, Investoren, Arbeitgebern, etc. in Bad Saarow	Siedlung	kontinuierlich	Gemeinde	

Priorität 2				
Maßnahmen	Themenfeld	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Ortsverschönerungswettbewerb sollte wieder eingeführt werden	Siedlung	Langfristig anzusetzen	Gemeinde	Sollte gemacht werden.
Ausbau der Kita und Erhalt einer Schule für Bad Saarow (kommunal und privat)	Siedlung	Mittelfristig	Private Investoren/Einwohnerinitiativen	
Einrichtung einer zentralen Tankstelle mit Service-Center	Verkehr	Mittelfristig	Privater Investor	In Planung, Realisierbarkeit steht in Frage.

Priorität 2				
Maßnahmen	Themenfeld	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Verbesserung der innerörtlichen Verkehrssituation unter Hinzuziehung der Schifffahrt auf dem Scharmützelsee (incl. Wassertaxen) und dem Ausbau von Wanderwegen	Verkehr	Mittelfristig zu lösen	Koordination durch Gemeinde	Finanzierung ist zu überprüfen.
Erhalt des Ruf-Taxis für den innerörtlichen Verkehr	Verkehr	Mittelfristig zu lösen	Privater Leistungsträger	Finanzierung ist zu überprüfen.
Sanierung der gemeindlichen Haupteerschließungsstraßen	Verkehr	Langfristig	Gemeinde	

Priorität 2				
Maßnahmen	Themenfeld	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Die insgesamt 63 km Gemeindestraßen sollen stufenweise im Verlauf der kommenden 10 Jahre erneuert werden.	Verkehr	Langfristig	Gemeinde	Entsprechend der Haushaltslage der Gemeinde zu realisieren.
Überprüfung der Kooperationsmöglichkeiten mit der lokalen und regionalen Landwirtschaft als Zulieferer für Gastronomie und Hotellerie	Landwirtschaft, Forstwirtschaft, Fischerei	Mittelfristig	Tourismusmanager	Gerade die Verknüpfung von regionalen Produkten mit der der Gastronomie scheint sinnvoll.

Priorität 2				
Maßnahmen	Themenfeld	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Vorrangige Behandlung bei der Ansiedlung von Zulieferbetrieben für die Versorgung der Bereiche Kur- und Fremdenverkehr (z.B. Nahrungsmittelproduktion bzw. -vertrieb)	Produzieren-des Gewerbe, Handwerk	Mittelfristig	Gemeinde/Amt	Sollte beibehalten werden.
Ansiedlung von Gewerbe im Bereich der Medizin, Umwelttechnologie und Beratung	Produzieren-des Gewerbe, Handwerk	Mittelfristig	Gemeinde/Amt	Durch die Nähe zum zukünftigen Flughafen BBI und den guten Autobahnanschluss sollten sich hieraus Möglichkeiten ergeben.
Gründung Einzelhändlerverband mit Beratungsfunktion gegenüber Gemeinde	Handel und Dienstleistungen	Mittelfristig	Einzelhändler/Koordination Tourismusmanager	Als Koordinationsinstrument für eine verbesserte Kommunikation.

Priorität 2				
Maßnahmen	Themenfeld	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Erweiterung Hofladen	Handel und Dienstleistungen	Mittelfristig	Hofgemeinschaft Marienhöhe	Ökologischer Landbau ist für viele Gäste interessant

Priorität 3				
Maßnahmen	Themenfeld	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Zertifizierung von Dienstleistern im Bereich Barrierefreiheit	Tourismus	Mittelfristig	Tourismusmanager	Als Qualitätsmerkmal
Einrichtung von weiteren Hotels und Pensionen im 3*-4*-Bereich (neben dem 3*-Hotel im Kurpark)	Tourismus	Mittelfristig und langfristig	Private Investoren	Eine schrittweise Ausdehnung der Bettenkapazitäten sollte erfolgen, allerdings müssen überzeugende Konzepte vorgelegt werden. Keine überdimensionierten Projekte.
Prüfung von weiteren Unterkünften u.a. im Bereich Familie in Bad Saarow Strand	Tourismus	Langfristig	Private Investoren	Sollte nochmals überprüft werden, mit dem Schlosspark/Theresienhof ist eine große Anlage nun in Bad Saarow.
Boulebahn	Tourismus	Langfristig	Gemeinde oder privater Leistungsträger	Boule hat in den letzten Jahren an Beliebtheit gewonnen, regelmäßige Pflege bei der Finanzierung mit beachten

Priorität 3				
Maßnahmen	Themenfeld	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Erneuerung und Ergänzung der vorhandenen Wasserspielgeräte in den Strandbädern	Tourismus	Langfristig	Gemeinde	Sinnhaftigkeit sollte zu gegebener Zeit nochmals überprüft werden, regelmäßige Pflege bei der Finanzierung mitbeachten.
Einrichtung einer Bogensportanlage	Tourismus	Langfristig	Gemeinde	Sinnhaftigkeit sollte zu gegebener Zeit nochmals überprüft werden, regelmäßige Pflege bei der Finanzierung mitbeachten.
Einrichtung eines „Tags der Vereine und Verbände“	Tourismus	Langfristig	Gemeinde	Gegenseitige Vorstellung vorhandener Angebote.
Schaffung einer Sole-Trinkhalle	Gesundheit	Langfristig	Gemeinde	Als Treffpunkt und Attraktion, Konzept besteht bereits, sollte als erstrebenswert erhalten bleiben
Gründung und Einrichtung eines Forschungsinstitutes für Naturheilverfahren	Gesundheit	Mittelfristig	Gemeinde	Chancen und Risiken sollten überprüft werden, passt aber zur zukünftigen Positionierung von Bad Saarow.

Priorität 3				
Maßnahmen	Themenfeld	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Westl. Saarow Mitte im angrenzenden Waldgebiet Freiluftkneippanlage	Gesundheit	Langfristig	Gemeinde	Kosten sollten überprüft werden, passt aber zur zukünftigen Positionierung von Bad Saarow, regelmäßige Pflege bei der Finanzierung zu beachten.
Liegewiesen für Gäste mit bereitgestellten Liegen (kostenfreie Benutzung)	Landschaft	Mittelfristig und kontinuierliche Pflege notwendig	Ist zu überprüfen	Sollte weiter verfolgt werden, aber Rauditum (z.B. Liegestühle im Palmengarten Frankfurt/M.). Regelmäßige Pflege bei der Finanzierung berücksichtigen.

Priorität 3				
Maßnahmen	Themenfeld	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Sanierung der gemeindlichen Nebenstraßen (ohne bisherige Beläge)	Verkehr	Langfristig	Gemeinde	Entsprechend der Haushaltslage der Gemeinde zu realisieren.
Sanierung der bereits belegten Nebenstraßen	Verkehr	Langfristig	Gemeinde	Entsprechend der Haushaltslage der Gemeinde zu realisieren.
Steigerung des Bewusstseins bei der Bevölkerung sowie den touristischen Leistungsträgern für die Land- und Forstwirtschaft als landschaftspflegerische Berufe	Landwirtschaft, Forstwirtschaft und Fischerei	Langfristig	Gemeinde	Die Wertschätzung der Leistungen der Land- und Forstwirtschaft sollte erhöht werden, bei weiterem Ausbau von Wanderwegen sollte besser kooperiert werden.

Priorität 3				
Maßnahmen	Themenfeld	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Verbesserung der Vernetzung der wassergebundenen Strukturen	Sport und Freizeit	Langfristig	Koordination über den Tourismusmanager	Die vorhandenen Möglichkeiten sollten besser genutzt werden.

Maßnahmen für Bad Saarow ab 2008 – nach Themenfeldern

Themenfeld: Landschaft				
Maßnahmen	Priorität	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Erhaltung, Schutz und Pflege der Flora und Fauna, entsprechend den Vorgaben der bestehenden Landschaftsgesetzgebung (auch Biotopschutz)	1	Kontinuierlich	Gemeinde	Die Landschaft und Natur Bad Saarows ist ein entscheidender Faktor für die weitere Entwicklung des Ortes, deshalb sollte hier mit Sorgfalt gehandelt werden.
Ufer & Seekonzeption für den Scharmützelsee erhalten	2	Kontinuierlich	Gemeinde	
Zugänge zum Ufer schaffen, laut Lesser wiederherzustellen bzw. auszubauen	2	Kontinuierlich	Gemeinde/Bauamt	Für Einheimische und Gäste sollte ein besserer Zugang zum See ermöglicht werden

Themenfeld: Landschaft				
Maßnahmen	Priorität	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Überprüfung der Waldwege zur Nutzung des Aktiv-Sports (Mountain-Bike-Rundkurs)	2	Mittelfristig	Tourismusmanager	
Platz am Stein und Louise-Henrietten-Platz gärtnerisch gestalten	2	Mittelfristig	Gemeinde	Regelmäßige Pflege bei der Finanzierung berücksichtigen.
Gestaltungssatzung oder Denkmalsatzung schaffen	2	langfristig	Bauamt	
Liegewiesen für Gäste mit bereitgestellten Liegen (kostenfreie Benutzung)	3	Mittelfristig und kontinuierliche Pflege notwendig	Ist zu überprüfen	Sollte weiter verfolgt werden, aber Rauditum (z.B. Liegestühle im Palmengarten Frankfurt/M.). Regelmäßige Pflege bei der Finanzierung berücksichtigen.

Themenfeld: Siedlung				
Maßnahmen	Priorität	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Weiterer Ausbau des Wohnstandorts Bad Saarow auch für junge Leute (Azubis) – Ein-Raum-Wohnungen - und Familien, nicht nur für Ältere	1	Kurzfristig beginnen und kontinuierlich pflegen	Gemeinde	Bad Saarow sollte seine „Nähe“ zu Berlin und die Attraktivität des Standortes besser herausstellen.
Aktualisierung der denkmalgeschützten Gebäude und Erhalt des Lesser-Charakters in Bad Saarow	1	Sofort	Bauamt in Absprache mit der Gemeinde	Bestandsschutz geht vor, Restaurierung vor Abriss und Neubau.
Denkmalbereichsschutzsatzung ist wünschenswert	1	Sofort	Gemeinde	Attraktive Kulturlandschaft soll erhalten bleiben
Sanierung und Erhaltung des Wasserturms	1	Sofern möglich, schnellstmöglich beginnen	Privater Investor	Wasserturm bis 2007 in Nutzung/Gastronomische Nutzung erscheint sinnvoll.

Themenfeld: Siedlung				
Maßnahmen	Priorität	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Ausweisung eines allgemeinen Wohngebietes mit Sondereinrichtung Sport- und Freizeitpark und Jugendeinrichtung zwischen Pieskower Chaussee, Bahnlinie, Bahnhof Pieskow und Parkplatz Helios-Klinikum	1	Geschieht bereits	Gemeinde	In Planung.
DSL-Anbindung	1	Kurzfristig	Gemeinde	

Themenfeld: Siedlung				
Maßnahmen	Priorität	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Lobbyarbeit zur Ansiedlung von Bürgern, Investoren, Arbeitgebern, etc. in Bad Saarow	2	Kontinuierlich	Gemeinde	
Ausbau der Kita und Erhalt einer Schule für Bad Saarow (privat + kommunal)	2	Mittelfristig	Private Investoren/Einwohnerinitiativen	
Ortsverschönerungswettbewerb sollte wieder eingeführt werden.	2	Langfristig anzusetzen	Gemeinde	

Themenfeld: Verkehr				
Maßnahmen	Priorität	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Sanierung der Landesstraße von Petersdorf nach Bad Saarow	1	Sollte kurzfristig gemacht werden	Land	Ist für 2011 vorgesehen.
Einrichtung einer zentralen Tankstelle mit Service-Center	2	Mittelfristig	Privater Investor	In Planung, Realisierbarkeit steht in Frage.
Verbesserung der innerörtlichen Verkehrssituation unter Hinzuziehung der Schifffahrt auf dem Scharmützelsee (incl. Wassertaxen) und dem Ausbau von Wanderwegen	2	Mittelfristig zu lösen	Koordination durch Gemeinde	Finanzierung ist zu überprüfen.
Erhalt des Ruf-Taxis für den innerörtlichen Verkehr	2	Mittelfristig zu lösen	Privater Leistungsträger	Finanzierung ist zu überprüfen

Themenfeld: Verkehr				
Maßnahmen	Priorität	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Sanierung der gemeindlichen Haupterschließungsstraßen	2	Langfristig	Gemeinde	
Die insgesamt 63 km Gemeindestraßen sollen stufenweise im Verlauf der kommenden 10 Jahre erneuert werden.	2	Langfristig	Gemeinde	Entsprechend der Haushaltslage der Gemeinde zu realisieren.
Sanierung der gemeindlichen Nebenstraßen (ohne bisherige Beläge)	3	Langfristig	Gemeinde	Entsprechend der Haushaltslage der Gemeinde zu realisieren.
Sanierung der bereits belegten Nebenstraßen	3	Langfristig	Gemeinde	Entsprechend der Haushaltslage der Gemeinde zu realisieren.

Themenfeld: Bevölkerung				
Maßnahmen	Priorität	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Erstellung und Umsetzung einer Innenmarketingkonzeption zur Motivation der Wohnbevölkerung zur Erlangung einer starken Bindung bzw. Identifikation mit Bad Saarow	1	Sollte umgehend geschehen	Tourismusmanager	- Vorträge für Einheimische zwecks Aufbau und Stärkung der regionalen Identität. - Informationsoffensive :“Tag der touristischen Dienstleister“ (interner Tourismustag, „Schnupper-Exkursionen“ in die Region.)

Themenfeld: Landwirtschaft, Forstwirtschaft, Fischerei

Maßnahmen	Priorität	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Überprüfung der Kooperationsmöglichkeiten mit der lokalen und regionalen Landwirtschaft als Zulieferer für Gastronomie und Hotellerie	2	Mittelfristig	Tourismusmanager	Gerade die Verknüpfung von regionalen Produkten mit der der Gastronomie scheint sinnvoll.
Steigerung des Bewusstseins bei der Bevölkerung sowie den touristischen Leistungsträgern für die Land- und Forstwirtschaft als landschaftspflegerische Berufe	3	Langfristig	Gemeinde	Die Wertschätzung der Leistungen der Land- und Forstwirtschaft sollte erhöht werden, bei weiterem Ausbau von Wanderwegen sollte besser kooperiert werden.

Themenfeld: Produzierendes Gewerbe, Handwerk				
Maßnahmen	Priorität	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Keine Ansiedlung von emissionsträchtigen Betrieben	1	Sofort	Gemeinde/Amt	Die Luftqualität sowie die Ruhe und Idylle muss in Bad Saarow erhalten werden.
Vorrangige Behandlung bei der Ansiedlung von Zulieferbetrieben für die Versorgung der Bereiche Kur- und Fremdenverkehr (z.B. Nahrungsmittelproduktion bzw. -vertrieb)	2	Mittelfristig	Gemeinde/Amt	Sollte beibehalten werden.
Ansiedlung von Gewerbe im Bereich der Medizin, Umwelttechnologie und Beratung	2	Mittelfristig	Gemeinde/Amt	Durch die Nähe zum zukünftigen Flughafen BBI und den guten Autobahnanschluss sollten sich hieraus Möglichkeiten ergeben.

Themenfeld: Handel und Dienstleistungen

Maßnahmen	Priorität	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Bau einer Ladenmeile mit kleineren Geschäften sowie gastronomischen Einheiten in Bad Saarow Mitte als Attraktionspunkt für die Bewohner Bad Saarows und des Umlandes sowie für die Gäste	1	Kurzfristig zu realisieren unter dem Aspekt der Langfristigkeit	Private Investorengruppe	• Rauslocken der Gäste aus den Hotels • Möglichkeiten zum Geldausgeben schaffen • Flaniermöglichkeit
Etablierung eines regionalen Produktmarktes	1	Kurzfristig	Gemeinde/Privat	• Rauslocken der Gäste aus den Hotels • Möglichkeiten zum Geldausgeben schaffen • Flaniermöglichkeit
Gründung Einzelhändlerverband mit Beratungsfunktion gegenüber Gemeinde	2	Mittelfristig	Einzelhändler/Koordination Tourismusmanager	Als Koordinationsinstrument für eine verbesserte Kommunikation.

Themenfeld: Handel und Dienstleistungen				
Maßnahmen	Priorität	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Erweiterung Hofladen	2	Mittelfristig	Hofgemeinschaft Marienhöhe	Ökologischer Landbau ist für viele Gäste interessant

Themenfeld: Sport - und Freizeit				
Maßnahmen	Priorität	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Strategiekonzept für publikumswirksame Veranstaltungen von überregionaler Medienbedeutung	1	Kurzfristig	Tourismusmanager	Gegenwärtig kein Konzept vorhanden, publikumswirksame Veranstaltungen ja.
Steigerung der Attraktivität der Badestellen	1	Kurzfristig	Gemeinde/Privat	
Erweiterung der Saunalandschaft notwendig	1	Kurzfristig	Gemeinde/Bad Saarow Kur GmbH	
Verbesserung der Vernetzung der wassergebundenen Strukturen	3	Langfristig	Koordination über den Tourismusmanager	Die vorhandenen Möglichkeiten sollten besser genutzt werden.

Themenfeld: Tourismus				
Maßnahmen	Priorität	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Entwicklung einer effizienten Organisationsstruktur	1	Sofort	Gemeinde/ Amt	
Aufstellung eines Finanzierungskonzeptes für ein effektives, organisatorisches Konstrukt zur gemeinsamen Vermarktung sowie zur Koordination.	1	Sofort	Gemeinde/ Amt	Im Anhang dieser Ausarbeitung befinden sich erste Anregungen für die Umsetzung.
Gründung einer Stiftung zur Förderung des Tourismus in Bad Saarow	1	Sofort	Gemeinde/Leistungsträger	Sollte als Finanzierungsmodell überdacht werden.
Erfolgreiche Bewerbung um den Ryder Cup	1	Sofort/Kontinuierlich	Gemeinde/Private Leistungsträger	Koordiniertes sowie gemeinsames Vorgehen wichtig, alle ziehen an einem Strang

Themenfeld: Tourismus				
Maßnahmen	Priorität	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Einführung einer Tourismusabgabe zur Förderung des Tourismus in Bad Saarow	1	Sofort	Gemeinde	Sollte als Finanzierungsmodell überdacht werden.
Regelmäßige Fortschreibung des Kurortrahmenplans notwendig	1	Kontinuierlich	Gemeinde	Alle drei Jahre sollte der Kurortrahmenplan aktualisiert werden
Beauftragung eines Marketingkonzeptes	1	Sofort	Gemeinde	Sofern die Haushaltslage diesen Schritt erlaubt. Vergabe an Tourismusmanager oder Berater.
Schaffung der Position eines Tourismusmanagers und einer effektiven Tourismusorganisation in Bad Saarow oder externe Vergabe	1	Sofort	Gemeinde/Leistungsträger	Die Organisationsstruktur muss noch erarbeitet werden.

Themenfeld: Tourismus				
Maßnahmen	Priorität	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Durchführung einer Wirtschaftsanalyse zum ökonomischen Beitrag des Tourismus in Bad Saarow	1	Kurzfristig	Gemeinde	Nach Haushaltssituation an Berater zu vergeben
Büro und Infrastruktur für den Tourismusmanager bereitstellen	1	Kurzfristig	Gemeinde	Der Standort sollte bei der TI Bad Saarow sein.
Auf- und Ausbau der Kooperationen und Netzwerke im Tourismus und Gesundheitswesen lokal und regional zwecks Produktentwicklung und verbesserter interner Kommunikation	1	Sofort	Tourismusmanager	• Stammtische • Tag der Offenen Tür • E-Mail-Verteiler für die touristischen Anbieter (interne Kommunikation, Informationsweitergabe, Newsletter, Verteiler für Freizeit- und Kulterinformationen)
Verbesserung der Kooperation zwischen Verwaltung, Politik und Wirtschaft	1	Kontinuierlich	Gemeinde/Tourismusmanager	Die Zusammenarbeit muss dringend verbessert werden mit dem Ziel die Potenziale Bad Saarows zu verbessern

Themenfeld: Tourismus				
Maßnahmen	Priorität	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Wort „Fremdenverkehr“ komplett streichen	1	Sofort	Gemeinde/neues Konstrukt	Der Begriff Fremdenverkehr ist veraltet, man spricht nun vom Tourismus, da dies auch als gastfreundlicher betrachtet wird.
Einsatz des Begriffes „Kur“ im Marketing bleibt zu prüfen	1	Sofort	Gemeinde/neues Konstrukt	Die „Kur“ im klassischen Sinne stirbt aus, mehr Prävention und Nachsorge, bleibt zu überprüfen
Bau eines 3*-Hotels in Bad Saarow Mitte	1	Mittelfristig	Privater Investor	Das Konzept für die Anlage sollte überzeugend sein, Investor und Betreiber im Paket.
Keinesfalls Aufbau eines Billigtourismus	1	Sofort	Tourismusmanager	Bad Saarow sollte seine Positionierung als Destination mit Qualitätsanspruch halten.

Themenfeld: Tourismus				
Maßnahmen	Priorität	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Einheitliche Benennung des Scharmützelsees	1	Kurzfristig	Koordination durch den Tourismusmanager	Empfehlung: Der Begriff „Märkisches Meer“ sollte wegfallen, da dies für die Mehrzahl der potenziellen Gäste nicht einzuordnen ist.
Schaffung eines adäquaten Preis-Leistungsverhältnisses	1	Kurzfristig	Leistungsträger	Derzeit passt das Preis-Leistungs-Verhältnis nicht immer zusammen.
Beschilderung an der Autobahnabfahrt Fürstenwalde optimieren	1	Kurzfristig	Gemeinde/Leistungsträger	Derzeit wirkt die Beschilderung nicht sehr einladend, sondern eher nach Einzelkämpfertum.
Einheitliches CD und Slogan nutzen (auch die Leistungsträger)	1	Kurzfristig und langfristig halten	Alle	Derzeit werden unterschiedliche CDs und Slogans benutzt, im Zuge des Markenaufbaus ist eine Einheitlichkeit von Bedeutung.

Themenfeld: Tourismus				
Maßnahmen	Priorität	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Umbenennung der Bad Saarow Kur GmbH	1	Mittelfristig	Bad Saarow Kur GmbH/Gemeinde	Derzeit führt der Name zur Verwirrung was die Aufgaben betrifft. Neuer Name könnte SaarowTherme GmbH sein.
Berücksichtigung der Barrierefreiheit bei allen zukünftigen Infrastrukturmaßnahmen	1	Kurzfristig zu beginnen, aber langfristig zu halten	Gemeinde	z.B. Absenkung von Gehwegen
Regelmäßige Marktforschung	1	Mittelfristig	Tourismusmanager	Einwohner-, Leistungsträger und Gästebefragung.
Regelmäßige Pflege des öffentlichen Mobiliars	1	Kontinuierlich	Gemeinde	Der gehobene Standard von Bad Saarow sollte sich auch in der Pflege widerspiegeln.
Restaurierung der Brücke über dem Graben (Karl-Marx-Damm)	1	Kurzfristig	Gemeinde	Die Brücke muss dringend neu gestrichen werden.

Themenfeld: Tourismus				
Maßnahmen	Priorität	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Überarbeitung der Internet-Seite der Gemeinde durch Kur GmbH	1	Kurzfristig	Kur GmbH	Die aktuelle Seite entspricht nicht mehr den Anforderungen des neuen Konzeptes.
Aufstellung von (Online-) Infoterminals in der Region	1	Mittelfristig	Koordination durch Tourismusmanager	Zur besseren Information der Gäste sinnvoll
Beschilderungskonzept, -pflege	1	Mittelfristig	Amt Scharmützelsee	Kontinuierlich sollte die Beschilderung überprüft werden, einheitliche Straßenbeschilderung, Kennzeichnung der Hausnummern
Anpassung der Internet-Auftritte	2	Mittelfristig	Alle	• Sinnvolle Domains sichern • Möglichst viele Links bei Partnern setzen • Suchmaschinenoptimierung • Regelmäßiger Webseiten Check
Web 2.0 Elemente	2	Mittelfristig	Bad Saarow Kur GmbH	Werden zunehmend in der Vermarktung genutzt.

Themenfeld: Tourismus				
Maßnahmen	Priorität	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Wanderwegenetz pflegen & vermarkten, Ausbau & Unterhaltung + Beschilderung	2	Mittelfristig	Koordination über den Tourismusmanager	
Durchführung einer Qualitäts- und Qualifizierungs-offensive	2	Mittelfristig	Leistungsträger	• Aufzeigen der Notwendigkeit von Umbauten/ Renovierungen von Hotels und Ferienwohnungen • Teilnahme von allen Leistungsträgern an der ServiceQualität Brandenburg

Themenfeld: Tourismus				
Maßnahmen	Priorität	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Fallweise Einbeziehung von externen Moderatoren	2	Mittelfristig	Koordination durch den Tourismusmanager	- Konflikte werden unter neutraler Moderation gelöst und nicht bis zur Eskalation ausgetragen. - Schnellere Entscheidungsprozesse in festgefahrenen Situationen.
Durchführung von regelmäßigen Mystery Checks sowohl bei der TI als auch den Leistungsträgern	2	Mittelfristig	Koordination durch den Tourismusmanager	Eine regelmäßige Kontrolle dient der Absicherung der Qualität
„Nachbarschaftsausschuss“ beleben	2	Mittelfristig	Politische Gremien der Gemeinde Bad Saarow, Gemeinderäte der Umlandgemeinden	- Regelmäßige gegenseitige Information - Verbesserung des Arbeitsklimas zwischen den Gemeinden
Gemeindeeingänge/Ortsbegrüßungsschilder besser darstellen	2	Mittelfristig	Gemeinde	Ortsbegrüßungsschilder aufstellen.

Themenfeld: Tourismus				
Maßnahmen	Priorität	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Flexibilisierung der Arbeitszeiten in der TI Bad Saarow beibehalten	2	Mittelfristig	Tourismusmanager/TV Scharmützelsee e.V.	Je nach Bedarf (Saison) die Einsätze planen.
Prüfung der Zielgruppe Familien für Bad Saarow	2	Mittelfristig	Tourismusmanager	Bisher ist der Schwerpunkt Familien in Wendisch-Rietz, ob dies für Bad Saarow Sinn macht bleibt zu prüfen
Schaffung neuer Produkte für den (Gesundheits-) Tourismus	2	Mittelfristig	Tourismusmanager	In Abstimmung mit den Ärzten und medizinischen Berufen sollten neue Produkte geschaffen werden.
Regelmäßige Trendüberwachung	2	Mittelfristig	Tourismusmanager/ Leistungsträger	Beobachtung von Trends in den Bereichen: Reise, Gesundheit, Wellness, Tagungen.
Zyklische Kontrolle (ca. 3 jährig) und kritische Überprüfung der Finanzierung des Tourismus	2	Mittelfristig	Noch zu schaffendes Konstrukt	Anpassungen können so schnell gemacht werden.

Themenfeld: Tourismus				
Maßnahmen	Priori- tät	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Zyklische Kontrolle (ca. 3 jährig) und kritische Überprüfung der touristischen Organisationsstruktur	2	Mittelfristig	Noch zu schaffendes Konstrukt	Anpassungen können so schnell gemacht werden.
Zertifizierung als Viabono-Destination im Angebotssegment Gesundheit	2	Mittelfristig	Tourismusmanager	Viabono ist die Dachmarke für umwelt- und qualitätsorientiertes Reisen (www.viabono.de).
Verbesserung der Freizeit- und Kulturmöglichkeiten (z.B. Saarow Centrum, Freilichtbühne, Strandbäder, Abenteuer- und Erlebnisspielplatz)	2	Mittelfristig	Koordination durch die Gemeinde	
Sinnhaftigkeit der Partnerdestination überprüfen	2	Mittelfristig	Tourismusmanager	Empfehlung: Neue Partnerdestination suchen, die ein ähnliches Profil wie Bad Saarow aufweist.

Themenfeld: Tourismus				
Maßnahmen	Priorität	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Wellness- und Bildungshotel Theresienhof sowie Biergarten	2	Mittelfristig	Privater Investor	Das Segment Familientourismus kann angesprochen werden, Wendisch-Rietz sollte aber als Schwerpunkt erhalten bleiben
Überprüfung hinsichtlich der Ausgliederung des Kurparkes aus der Bad Saarow Kur GmbH	2	Mittelfristig	Gemeinde	
Schaffung von regelmäßigen (1x wöchentlich) Konzerten/kulturellen Veranstaltungen während der Saison	2	Mittelfristig	Gemeinde/Leistungsträger	Als Treffpunkt und Attraktion sollten Veranstaltungen in Ergänzung zum Kultursommer abgehalten werden.
Schaffung einer Wassertankstelle	2	Mittelfristig	Koordination über den Tourismusmanager	Überprüfung des Standorts.
Fahrradtankstellen (d.h., Aufpumpstationen) einrichten	2	Mittelfristig	Koordination über den Tourismusmanager	Überprüfung der Standorte.

Themenfeld: Tourismus				
Maßnahmen	Priori- tät	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Ausbau der Fahrrad GPS-Routen	2	Mittelfristig	Koordination über den Tourismusmanager	
Pflege und eventuell weiterer Ausbau des Nordic – Walking - Netzes	2	Mittelfristig	Koordination über den Tourismusmanager	
Schaffung von weiteren Gastronomieangeboten mit internationaler Küche	2	Mittelfristig	Leistungsträger	Bei weiterhin steigenden Gästezahlen sollte auch internationale Gastronomie in Bad Saarow ihren Platz finden.
Öffentlichen Grillplatz überdenken	2	Mittelfristig	Gemeinde	
Realisierung eines Wohnmobilstellplatzes/Campingplatz hat Bestandschutz	2	Mittelfristig	Gemeinde	Mit Ver- und Entsorgungsstation, ca. 20-30 Stellplätze für Wohnmobile

Themenfeld: Tourismus				
Maßnahmen	Priorität	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Verstärkter Ausbau von barrierefreien Unterkunftsmöglichkeiten	2	Mittelfristig	Leistungsträger	Leistungsträger müssen dies selbst wollen.

Themenfeld: Tourismus				
Maßnahmen	Priorität	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Zertifizierung von Dienstleistern im Bereich Barrierefreiheit	3	Mittelfristig	Tourismusmanager	Als Qualitätsmerkmal
Einrichtung von weiteren Hotels und Pensionen im 3*-4*-Bereich (neben dem 3*-Hotel im Kurpark)	3	Mittelfristig und langfristig	Private Investoren	Eine schrittweise Ausdehnung der Bettenkapazitäten sollte erfolgen, allerdings müssen überzeugende Konzepte vorgelegt werden. Keine überdimensionierten Projekte.
Prüfung von weiteren Unterkünften u.a. im Bereich Familie in Bad Saarow Strand	3	Langfristig	Private Investoren	Sollte nochmals überprüft werden, mit dem Schlosspark/Theresienhof ist eine große Anlage nun in Bad Saarow.
Boulebahn	3	Langfristig	Privater Leistungsträger	Vor allem Boule hat in den letzten Jahren an Beliebtheit gewonnen, regelmäßige Pflege bei der Finanzierung mitbeachten.

Themenfeld: Tourismus				
Maßnahmen	Priorität	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Erneuerung und Ergänzung der vorhandenen Wasserspielgeräte in den Strandbädern	3	Langfristig	Gemeinde	Sinnhaftigkeit sollte zu gegebener Zeit nochmals überprüft werden, regelmäßige Pflege bei der Finanzierung mitbeachten.
Einrichtung einer Bogensportanlage	3	Langfristig	Gemeinde	Sinnhaftigkeit sollte zu gegebener Zeit nochmals überprüft werden, regelmäßige Pflege bei der Finanzierung mitbeachten.
Einrichtung eines „Tag der Vereine und Verbände“	3	Langfristig	Gemeinde	Gegenseitige Vorstellung vorhandener Angebote.

Themenfeld: Gesundheit				
Maßnahmen	Priorität	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Bessere Zusammenarbeit der Mediziner am Ort zwecks Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen	1	Sofort	Koordination über den Tourismusmanager	Das Potenzial von Bad Saarow sollte besser genutzt werden.
Ausbau des Netzwerks Tourismus und Gesundheit in Bad Saarow	1	Kurzfristig	Koordination über den Tourismusmanager	Das Potenzial von Bad Saarow sollte besser genutzt werden. Regelmäßige Zusammentreffen der Akteure (z.B. Gesprächsrunden, Diskussionsforen).
Produktentwicklung im Bereich der Präventivmedizin	1	Kurzfristig	Tourismusmanager mit den Medizinerinnen	Präventarium (Katalog) existiert seit 11/2008.
Produktentwicklung im Bereich der Nachsorge	1	Kurzfristig	Tourismusmanager mit den Medizinerinnen	Das Potenzial von Bad Saarow sollte besser genutzt werden.

Themenfeld: Gesundheit				
Maßnahmen	Priorität	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Ansiedlung von Alternativmedizin	2	Mittelfristig	Gemeinde/Amt	Bisher ist dieser Bereich in Bad Saarow nicht stark vertreten, bei entsprechender Nachfrage und gezieltem Produkt-aufbau sollte dies stärker integriert werden.
Entwicklung und Einführung der Schwerpunktprogramme: - Super Check-Up - Mutter-Baby-Kur - Teilstationäre AHB (mit Helios-Klinikum) - Rheuma Kompakt Kur - Ambulante AHB	2	Mittelfristig	Tourismusmanager in Zusammenarbeit mit den Mediziner:innen	Teilweise schon erfüllt
Prüfung der Chancen und Risiken im Bereich der Schönheits-Operationen (Plastische Chirurgie)	2	Mittelfristig	Unabhängiges Institut	Der Bereich der Schönheits-Operationen ist in den vergangenen Jahren stark gewachsen und die Prognosen sind positiv.

Themenfeld: Gesundheit				
Maßnahmen	Priorität	Zeitlicher Aspekt	Zuständigkeit	Anmerkungen
Schaffung einer Sole-Trinkhalle	3	Langfristig	Gemeinde	Als Treffpunkt und Attraktion, Konzept besteht bereits, sollte als erstrebenswert erhalten bleiben
Gründung und Einrichtung eines Forschungsinstitutes für Naturheilverfahren	3	Mittelfristig	Gemeinde	Chancen und Risiken sollten überprüft werden, passt aber zur zukünftigen Positionierung von Bad Saarow.
Westl. Saarow Mitte im angrenzenden Waldgebiet Freiluftkneippanlage	3	Langfristig	Gemeinde	Kosten sollten überprüft werden, passt aber zur zukünftigen Positionierung von Bad Saarow, regelmäßige Pflege bei der Finanzierung zu beachten.

9. Ausblick

Bad Saarow – entdecke dich selbst. Dieser Slogan trifft auch für Bad Saarow selbst zu. Bad Saarow besticht durch eine wunderbare Natur mit der einzigartigen Lage am Scharmützelsee, den natürlichen Ressourcen, seiner Kulturlandschaft sowie dem historischen Erbe. Leider wird dies hin und wieder vergessen. Nun gilt es, die bereits erzielten Erfolge in der touristischen Entwicklung zu halten und das Profil von Bad Saarow für eine breitere Zielgruppe zu schärfen. Der entwickelte Kurortrahmenplan soll hierbei unterstützen und die weitere Richtung für Bad Saarow vorgeben. Damit ist ein weiterer Ausbau des Bereichs Tourismus in Bad Saarow möglich.

Zu wünschen bleibt, dass die Entscheidungsträger sowie touristischen Dienstleister sich einig sind über die weitere Entwicklung Bad Saarows und mutig voranschreiten beim weiteren Ausbau. Offenes Denken sowie Kommunikation und Kooperation über Grenzen hinweg sind notwendig. Ein effektives und effizientes Agieren ist gefordert. Eine institutionalisierte Tourismusorganisation für Bad Saarow ist dringend notwendig, da in einer Welt des stetig wachsenden Wettbewerbs, professionell und kontinuierlich am Auf- und Ausbau der Destination Bad Saarow gearbeitet werden muss, auch wenn sich die wirtschaftliche Gesamtsituation in Deutschland und international verschlechtert hat.

Bad Saarow sollte seine Entwicklung gemeinsam mit der Region um den Scharmützelsee voranbringen.

Anhang

Finanzierung des neuen Konstruktes

Die Kosten für den Tourismusmanager sowie seine notwendige Infrastruktur sind im Zusammenhang mit der Einnahmen- und Ausgabensituation der Gemeinde Bad Saarow im Bereich Tourismus nachfolgend dargestellt:

Einnahmen und Ausgaben der Gemeinde Bad Saarow im Bereich Tourismus

Einnahmen	2008
Kurtaxe	300.000,00 €
Zweitwohnungssteuer (Ansatz 1/3 der Gesamteinnahmen)	14.000,00 €
Zwischensumme I	314.000,00 €
Ausgaben	
Kurkonzerte	5.000,00 €
Wanderwege	1.000,00 €
Grünflächen (Ansatz 1/2 der Gesamtkosten)	39.000,00 €
Unterhaltung Badestrände	1.100,00 €
Öffentliche Toiletten (Ansatz 1/2 der Gesamtkosten)	16.500,00 €
Tourismusverein Scharmützelsee e.V.	50.000,00 €
Kurkarten	5.000,00 €
Beiträge Brandenburgischer Kurorte- und Bäderverband	11.200,00 €
Zwischensumme II	128.800,00 €
Differenzbetrag aus Tourismus	185.200,00 €

Einrichtung einer Position "Tourismusmanager für Bad Saarow"

Tourismusmanager (Arbeitgeberbrutto)	75.000,00 €
Bürokosten und Sonstiges	20.000,00 €
Marketing	20.000,00 €
Gesamtkosten	115.000,00 €

Wie ersichtlich wird, verbleibt der Gemeinde nach Abzug von Kosten, die für den Bereich Tourismus entstehen, eine Summe von 185.200,00 Euro.

Die Kosten, die für die Schaffung der Position des Tourismusmanagers entstehen belaufen sich auf Euro 115.000,00 mit 5% Wachstum p.a. (insb. Inflationsausgleich)

Folgende Varianten werden vorgeschlagen:

A) Die Gemeinde finanziert zu 100% die Kosten aus den bestehenden Einnahmen, dann verbleibt immer noch ein Restbetrag von 70.200,00 Euro für weitere Ausgaben.

B) Es wird eine Stiftung gegründet mit einem Stiftungskapital von 2 Millionen Euro, das mit derzeit 5% verzinst wird.

C) Es wird eine zweckgebundene Tourismusabgabe erhoben und das Konstrukt dadurch finanziert.

D) Die touristischen Leistungsträger leisten einen freiwilligen Beitrag und die Gemeinde Bad Saarow beteiligt sich mit 30%-50%, Gründung einer touristischen GbR

Weiterhin besteht die Möglichkeit die Varianten zu mischen, sodass sich der Kostenblock auf verschiedene Bereiche aufteilt.

Die möglichen Varianten sind:

- A) und B)
- A) und C)
- A) und D)
- B) und D)
- B) und C)
- A) und B) und C)
- A) und B) und D)

Anforderungsprofil für Tourismusmanager für Bad Saarow

Aufgabenschwerpunkte

- 1 Leitung der Geschäftsstelle Bad Saarow
- 1 Entwicklung eines ganzheitlichen Marketingkonzeptes für Bad Saarow in Anlehnung an den Kurortrahmenplan sowie Ausbau der Destinationsmarke Bad Saarow auf nationaler und selektiv internationaler Ebene
- 1 Fokus auf das Innenmarketing bei paralleler Koordination des Außenmarketings
- 1 Auf- und Ausbau der Kooperationen und Netzwerke im Tourismus und Gesundheitswesen lokal und regional zwecks Produktentwicklung und verbesserter interner Kommunikation
- 1 Einbindung der Interessen aller Beteiligten aus Bad Saarow und sowie Kontakt- und Kooperationspflege zu übergeordneten Tourismus- und Marketinginstitutionen (SOS, TMB)
- 1 Durchführung von regelmäßiger Marktforschung
- 1 Organisation der Finanz- und Personalbuchhaltung sowie Kontrolle der Finanzen
- 1 Akquise von Fördermitteln aus unterschiedlichen Programmen
- 1 Wahrnehmung von repräsentativen Aufgaben
- 1 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- 1 Initiierung und Überwachung weiterer Marketing- und Qualitätsmaßnahmen
- 1 Grundstücksentwicklung und Gewerbeansiedlung

Fachliche Anforderungen

- 1 Ein (Fach-)Hochschulabschluss oder eine vergleichbare Qualifikation, idealerweise aus den Bereichen Wirtschafts- und Sozial- oder Tourismusgeographie, Sozial- oder Wirtschaftswissenschaften, (Regional-) management oder Soziologie
- 1 Mindestens dreijährige Berufserfahrung, Erfahrungen im Bereich des Destinationsmanagements
- 1 Beherrschung der deutschen sowie der englischen Sprache in Wort und Schrift
- 1 Strategisches konzeptionelles Arbeiten
- 1 Führerschein und Mobilität vorausgesetzt

Soziale Kompetenzen

- 1 Hohe (soziale) Führungskompetenz
- 1 Kommunikativ
- 1 Flexibilität und Aufgeschlossenheit
- 1 Beherrschung von Moderations- und Präsentationstechniken
- 1 Eigeninitiative
- 1 Verantwortungsbewusstsein
- 1 Loyalität
- 1 Entscheidungsfähigkeit

Rahmenbedingungen

- 1 Dienstsitz ist Bad Saarow. Die Vergütung orientiert sich an der Entgeltgruppe XX. Die Stelle ist zunächst befristet auf drei Jahre.
- 1 Frauen werden besonders aufgefordert, sich zu bewerben. Schwerbehinderte werden bei entsprechender Eignung vorrangig berücksichtigt.

Literatur

Bücher:

- Berg, W. (2008). Gesundheitstourismus und Wellnesstourismus. Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München
- Grunwald, A. & J. Kopfmüller (2006). Nachhaltigkeit. Campus Verlag, Frankfurt/New York.
- Kieswetter, R. (2002). Traumgehäuse Bad Saarow. Förderverein Kurort Bad Saarow e. V., Bad Saarow.
- Körber, R. (2002). Wellness als eine neue Ausprägungsform des Gesundheitstourismus in traditionellen Heilbädern und Kurorten. Trends – Forschung – Konzepte im strategischen Tourismusmanagement, Band 15. Forschungskreis Tourismus Management e. V., Eigenverlag, Trier.
- Luft, H. (2001). Organisation und Vermarktung von Tourismusorten und Tourismusregionen. Armin Gmeiner Verlag, Meßkirch.
- Nahrstedt, W. (2001). Freizeit und Wellness: Gesundheitstourismus in Europa – Die neue Herausforderung für Kurorte, Tourismus und Gesundheitssysteme. Institut für Freizeitwissenschaft und Kulturarbeit e. V., Bielefeld.
- Rulle, M. (2003). Der Gesundheitstourismus in Europa – Entwicklungstendenzen und Diversifikationsstrategien. Eichstätter Tourismuswissenschaftliche Beiträge, Band 4. Profil Verlag GmbH, München Wien.
- Schwaiger, J. (2007). Megatrend Gesundheitstourismus: Abgrenzung und Entwicklung. VDM Verlag Dr. Müller, Saarbrücken.
- Zibuschka, M. (2003). Neue Trends und Marketingkonzeptionen im Wellnesstourismus. Eine Analyse von Kurorten und ausgesuchten Hotels der Bundesländer Rheinlandpfalz und Brandenburg. Diplomica GmbH, Hamburg.
- Institut für Innovationsmanagement e. V (2008): Bad Saarow. Lieben belebt. Geschichte(n), Gegenwärtiges & Gedankenspiele, Brainduct Edition 2008,, Neuenhagen b. Berlin.

Internet:

- Ahlbeck: <http://www.ahlbeck-info.de/>
- Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Potsdam: <http://www.statistik-berlin-brandenburg.de/>
- Bad Freienwalde: <http://www.bad-freienwalde.de>
- Bad Homburg: http://www.bad-homburg.de/site_d.asp?
- Bad Liebenwerda: <http://www.badliebenwerda.de/>
- Bad Saarow Kur GmbH, Bad Saarow: <http://www.bad-saarow.de/kontakt/impressum.html>
- Bad Wilsnack: <http://www.wilsnack.de>
- Balance Wellness im Landhotel Potsdam, Potsdam: <http://www.balance-wellness.de/index.html>
- Belzig: <http://www.belzig.com/>
- Berlin Tourismus Marketing GmbH, Berlin: <http://www.visitberlin.de/deutsch/ueber-uns/index.php>
- Brandenburgischen Kurorte- und Bäderverbandes, Bad Saarow: <http://www.kurorte-land-brandenburg.de/>
- Buckow: <http://www.buckow.de/>
- Burg (Spreewald): <http://www.burg-spreewald-tourismus.de/>
- Deutscher Heilbäderverband e. V., Bonn: <http://www.deutscher-heilbaederverband.de/>
- Deutscher Heilbäderverband e. V., Bonn: <http://www.praevention-im-kurort.de>

- Deutscher Heilbäderverband e. V., Bonn: <http://www.wellness-im-kurort.info/>
- Deutscher Hotel- und Gaststättenverband Brandenburg e. V., Potsdam: <http://www.hoga-brandenburg.de>
- Deutscher Wellnessverband e. V., Düsseldorf: <http://www.wellnessverband.de/>
- Deutsche Zentrale für Tourismus e. V., Frankfurt/Main: <http://www.deutschland-tourismus.de>
- Freizeit- und Erlebnisbad AquariUM, Schwedt/Oder: <http://www.aquarium-schwedt.de/index.php?idm=4&s=de>
- FOCUS ONLINE, München: <http://www.focus.de/gesundheit>
- Heilbäder und Kurorte Marketing Baden-Württemberg GmbH, Stuttgart: <http://www.gesund-im-sueden.de/>
- Hessischer Rundfunk, Frankfurt/Main: <http://www.hr-online.de>
- Holländer Mühle, Rheinsberg: <http://www.hollaender-muehle.de/>
- Identity Foundation, Düsseldorf: <http://www.identityfoundation.de>
- IFA Hafendorf Rheinsberg, Rheinsberg: <http://www.ifahotels.com/de/ifa-hafendorf-rheinsberg-resort-spa-tagungen/spawellness.html>
- Kristall Kur- & Gradiertherme, Bad Wilsnack: <http://www.kristalltherme-bad-wilsnack.de/index.jsp>
- Kristall Saunatherme Ludwigsfelde GmbH, Ludwigsfelde: <http://www.kristall-saunatherme-ludwigsfelde.de/index.jsp>
- LIQUIDROM GmbH & Co. KG, Berlin: <http://www.liquidrom-berlin.de/massagen.html>
- Märkische Oderzeitung, Frankfurt/Oder: <http://www.moz.de>
- NaturTherme Templin GmbH, Templin: <http://www.naturthermetemplin.de/>
- Niederlausitzer Bäder- und Freizeitanlagen GmbH & Co. KG, Bad Liebenwerda: <http://www.wonnemar.de/liebenwerda/index2.php?scrollbalken=0&nav1=&nav2=&content=>
- Norderney: <http://www.norderney.de/>
- Öko Wellness Farm, Retzow: <http://www.newhealth-management.eu/gesundheitszentren/berlin.html>
- Resort Mark Brandenburg – Gesundbrunnen Neuruppin, Neuruppin: <http://www.gesundbrunnen-neuruppin.eu/>
- Resort Schwielowsee, Werder: <http://www.resort-schwielowsee.de/hotel/hotel.asp?lang=de&nav=29>
- Rheinsberg: <http://www.rheinsberg.de/>
- Satama Sauna Park Scharmützelsee, Wendisch-Rietz: <http://www.satama-saunapark.de/urlaub.php>
- Scharmützelsee: <http://www.scharmuetzelsee.de/>
- Spaß- und Erlebnisbad in der T.U.R.M., Oranienburg: <http://www.turm-or.de/angebote/feelgood/index.php?mid=10>
- Spreewald Therme, Burg (Spreewald): <http://www.spreewald-therme.de/spreewaldtherme-Anfang.html>
- Spreewelten Sauna- & Badeparadies Lübbenau, Lübbenau: <http://www.spreewelten-bad.de/Wellness/index.html>
- SteinTherme Belzig, Belzig: <http://www.steinthherme.de/neu/index.php>
- Surya Villa - Ayurveda Wellness Zentrum, Berlin: <http://www.ayurveda-wellnesszentrum.de/>
- Templin: <http://www.templin.de/>
- Thermen Am Pichelssee GmbH, Berlin: <http://thermen-am-pichelssee.com/>
- Thermen am Europa Center, Berlin: <http://www.thermen-berlin.de/Thermen-Day-SPA>
- Thermen an der Heerstraße, Berlin: <http://www.thermenheerstraße.de/4554.html>
- Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg, Stuttgart: <http://www.wellness-stars.de/>
- Tropical Islands, Krausnick: <http://www.tropical-islands.de/de/besucher/wellness.html>
- TUI interactive GmbH, Hannover: <http://www.tui.com>
- Universität Duisburg-Essen, Duisburg und Essen: <http://www.uni-essen.de/naturheilkunde/de/>
- Verband der Angestellten-Krankenkassen e. V., Siegburg: <http://www.vdak.de/>
- Verband der privaten Krankenversicherung e. V., Köln: <http://www.pkv.de/>
- Viabono GmbH, Rösrath-Hoffnungsthal: <http://www.viabono.de/>

- Wellness Hotel City SPA & Hotel direkt an der Spree, Berlin: <http://www.wellness-hotel-berlin.de/?gclid=CKXUiayxxJUCFQJbtAodH1w1Yw>
- Wellnesshotel Seeschlößchen, Senftenberg: <http://www.lausitztherme.de/beautyneu.html>
- Andreae-Noris Zahn AG, Frankfurt/Main: <http://www.gesundheit.de>
- Zentrum für naturheilkundliche Forschung, München: <http://www.lrz-muenchen.de>

Zeitschriften und Magazine:

- Brigitte, Hamburg: Heft 12/2008. S. 155-158.
- HEILBAD & KURORT, Bonn: Heft 02/2008. Zeitschrift des Deutschen Heilbäderverbandes e. V.
- HEILBAD & KURORT, Bonn: Heft 01/2008. Zeitschrift des Deutschen Heilbäderverbandes e. V.
- Die Kur in Deutschland, Bonn: Heft 12/2007. Herausgegeben von Deutscher Heilbäderverband e. V.

Prospekte und Informationsmaterial

- Bad Dürkheim. Infopaket.
- Bad Wurzach. Infopaket.
- Bad Saarow und die Ferienregion Scharmützelsee. 2008.
- Insel Usedom, Infopaket
- Norderney, Infopaket
- Schlosspark Theresienhof. Bad Saarow. Urlaub und Wochenenden, Wellness, Konferenzen, Seminare, Kurse, Feierlichkeiten. 2008.
- SaarowTherme. SoleMoor&Meer...bei Berlin. Endlich Zeit für mich.

Studien, Jahrbücher, Analysen, Konzepte, Statistiken:

- Agro-Öko-Consult GmbH (2006): Touristisches Entwicklungskonzept/Leitbild Scharmützelsee – Storkower See und Umgebung 2020, Berlin.
- Arbeitsgemeinschaft ABRAXAS & Partner (2001): Gutachten zum Gesundheitstourismus für das Land Brandenburg. Ergebnisbericht:.. Auftraggeber: Brandenburgischer Kurorte- und Bäderverband e.V., Bad Wilsnack.
- Bad Saarow (1994): Kurortrahmenplan Bad Saarow-Pieskow: Kur und Erholung am Märkischen Meer, Bad Saarow
- Bericht der Landesregierung – Ministerpräsidentin (2003): Gesundheitsstandort Schleswig-Holstein: stark und zukunftsfähig
- Brandenburgischer Kurorte- und Bäderverband (2002): Zukunft gestalten – Gesundheitstourismus in Brandenburg. Ein Beitrag des Brandenburgischen Kurorte- und Bäderverbandes e. V.
- BTE – Tourismusmanagement, Regionalentwicklung (2003): Marketingkonzept für das „Brandenburgische Bäderdreieck“ Bad Saarow, Buckow und Bad Freienwalde: Endbericht
- Danielsson, J. & M. Lohmann (2002). Gesundheitsreisen – Wellness, Fitness und Kur. Die Reiseanalyse. Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V., Kiel/Hamburg.
- Der Wellnessmarkt (2002). Freundin Verlag GmbH, München.
- Die Gesundheitswirtschaft in Schleswig-Holstein – Potenziale und Chancen aus wirtschaftspolitischer Sicht – eine Expertise (2002). Projekte – Studien – Publikation, Kiel.
- Horx, M. (2005). MEGATREND Dokumentation. Zukunftsinstitut GmbH, Kelkheim.
- IGES Institut für Gesundheits- und Sozialforschung GmbH (2006): Gesundheitswirtschaft Brandenburg. Stand und Entwicklung, Expertise. Land Brandenburg Ministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Familie., Berlin.
- Leitbild Bad Saarow (2004).

- Lohmann, M. & K. Winkler (2005). Gesundheitsreise – Wellness, Fitness und Kur. Die Reiseanalyse. Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen. V., Kiel.
- Ministerium für Soziales, Gesundheit, Familie, Jugend und Senioren (2007): Gesundheitsland Schleswig-Holstein, Jahrbuch 2007/2008, Land Schleswig-Holstein. Kiel.
- Ministerium für Wirtschaft (2006): Tourismuskonzeption des Landes Brandenburg Zeitraum 2006-2010, Potsdam,.
- Netzwerk Gesundheitswirtschaft TSB Innovationsagentur Berlin GmbH (2007): Masterplan „Gesundheitsregion Berlin-Brandenburg“, Berlin.
- RA 2008. Erste Ergebnisse ITB 2008, Berlin. Reiseanalyse aktuell. Kiel.
- Regionale Planungsgemeinschaft Oderland-Spree (2006): Regionalplan Oderland-Spree – Entwicklungskonzeption – Bevölkerung, Beeskow.
- Staatskanzlei des Landes Brandenburg (2004): Bericht zu den demografischen und wirtschaftsstrukturellen Veränderungen in Brandenburg, Potsdam
- Statistisches Bundesamt (2007). Inlandstourismus 2006: Rekord bei Ankünften und Übernachtungen. Wirtschaft und Statistik 5/2007, Wiesbaden.
- Symatrix marketing (2002): Tourismus Marketingkonzept, Kur- und Fremdenverkehrsgesellschaft Bad Saarow, Bad Saarow.
- Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH (2007): Strategische Marketingplanung 2008-2012, Potsdam.

Sonstige Quellen:

- Amt für Statistik Berlin-Brandenburg. Anstalt des öffentlichen Rechts.
- A-ROSA Gesundheitsreisen (2008). Presseinformation. A-ROSA Resort Management GmbH, Hamburg.
- Bericht zu den demografischen und wirtschaftsstrukturellen Veränderungen in Brandenburg (2004). Staatskanzlei des Landes Brandenburg, Potsdam.
- Diverse Statistiken betreffend den Tourismus in Brandenburg und Berlin.
- Freizeitkarte Dahme Spreewald (2005). grünes herz Verlag, Ilmenau.
- Gemeinde Bad Saarow. Bebauungsplan Nr. 045 „Saarow-Mitte“ (2005). Best Plan, Fürstenwalde.
- Patientenhotels. Präsentation: Gastvortrag Dr. G. Zehle an der FH Westküste am 07.11.2006. Potsdam. Brandenburg-Tourismus auch 2007 auf Wachstumskurs (2008). Pressemitteilung vom 25.02.2008.
- Überarbeitung der Landesplanung. Vorentwurf des Landesentwicklungsplanes Berlin-Brandenburg. LEP B-B (2007). Gemeinsame Landesplanungsabteilung Berlin-Brandenburg.
- Wellnessland am Fleesensee (2007). Presseinformation. Land Fleesensee Tourismus Marketing GmbH, Göhren-Lebbin.

Reisekataloge:

- Brandenburg. Natürlich gesund. Brandenburgischer Kurorte- und Bäderverband e. V. Bad Saarow.
- FitREISEN. Kur- & Wellnessoasen weltweit. Januar – Dezember 2008.
- Neckermann Care. Dezember 2007 – November 2008.
- TUI Vital. Zeit für Gesundheit & Wellness. April – Oktober 2008.
- Wellness Hotels Deutschland. Zeit für Entdeckungen. Düsseldorf. 2008.

ANHANG: Fotodokumentation – Schönes Bad Saarow!



ANHANG: Fotodokumentation – Schönes Bad Saarow!



ANHANG: Fotodokumentation – Schönes Bad Saarow!



ANHANG: Fotodokumentation – Schönes Bad Saarow



ANHANG: Fotodokumentation – Schönes Bad Saarow!



ANHANG: Fotodokumentation – Weniger Schönes Bad Saarow!



ANHANG: Fotodokumentation – Weniger Schönes Bad Saarow!



ANHANG: Fotodokumentation – Weniger Schönes Bad Saarow!



ANHANG: Fotodokumentation – Weniger Schönes Bad Saarow!



ANHANG: Fotodokumentation – Weniger Schönes Bad Saarow!

