

Synonym für gesundes Leben

Gesundheitsregion Nordschwarzwald stellt sich als „Premiummarke“ auf

KREIS FREUDENSTADT/SCHÖMBERG. Der Nordschwarzwald soll stärker als bislang vom Wachstumsmarkt Gesundheit profitieren. Das ist das Ziel einer mit „Leader+“ Fördermitteln ins Leben gerufenen Initiative, unterstützt von der IHK.

„Wir bieten beste Voraussetzungen für den Megatrend Medical Wellness“, betonte IHK-Hauptgeschäftsführer Achim Rummel beim Startschuss für das Pilotprojekt im Schömberger Kurhaus.

Die Heilbäder und Kurorte besäßen eine Bädertradition, die in der Zukunftsregion stärker ausgeprägt sei als anderswo.

Dennoch müsse „alles, was wir haben, auf den Prüfstand“, riet Rummel zur Selbstkritik. Eine klare Positionierung am Gesundheitsmarkt sei dringend notwendig. Nur dann könne man eine positive Dynamik erwarten. Im Megatrend Wellness steckten beachtliche Chancen für Tourismusorte mit gesundheitsspezifischer Ausrichtung. Häufig sei in der Vergangenheit versäumt worden, ein zeitgemäßes, konkurrenzfähiges Angebot zu schmieden, sei Gesundheit zu häufig mit Krankheit gekoppelt worden.

T. 10/05

Die IHK bringt sich als Projektträgerin ein, um die Zukunft der Tourismusbetriebe zu sichern. In Zeiten, in denen staatliche Leistungen zurückgefahren werden, habe nur die private Initiative eine Chance. Neben Hotellerie und Kommunen soll die Wirtschaft, allen voran die Gesundheitsbranche, stärker in das Projekt eingebunden werden. Dazu gehörten auch Kliniken, Ärzte, Apotheken sowie Hersteller von Gesundheitsprodukten.

Ziel des „Leader+“ Leitprojekts ist, den Nordschwarzwald als Gesundheitsregion zu revitalisieren. Nach dem Startschuss werden Workshops die Themen Wasser, Wellness und Gesundheit unter Regie des Instituts Reppel + Partner vertiefen. Am Ende der Kette sollen „buchbare Produkte“ stehen.

„Wir wollen eine Unverwechselbarkeit als Gesundheitsregion haben“, betonte Landrat Hans-Werner Köblitz. Das Projekt, das zur Hälfte mit EU-Geldern sowie vom Land Baden-Württemberg, den Kommunen und der IHK finanziert wird, werde dem Nordschwarzwald eine eigene Identität geben, um Alleinstellungsmerkmale zu schaffen. Dazu „müssen wir nichts Neues erfinden“. Denn Gesundheit spiele in den Kurorten schon immer eine bedeutende Rolle. „Wir brauchen die Herausstellung der Premiummarke

Gesundheit“, sagte Köblitz, „um unsere Position im härter werdenden Wettbewerb auszubauen.“

Die Orte im Nordschwarzwald hätten dramatisch an Bekanntheit verloren, resümierte Projektleiter Klaus Reppel. Weshalb nicht nur die Übernachtungszahlen zurückgingen, sondern ein Drittel aller Hotels in den nächsten Jahren aufgeben müssten. „Der Kunde bestimmt heute, wo's langgeht“, sagte der Tourismusexperte. Senioren, die viel Geld für ihre Gesundheit ausgeben, und Frauen, die die eigentlichen Reiseentscheider seien, gehörten zu den wichtigsten Zielgruppen. Man müsse die klassischen Gesundheitsprogramme nur ergänzen. Der Nordschwarzwald werde so zum „Synonym für gesundes Leben“.

Die Region müsse sich auf ihre Stärken besinnen, strategische Allianzen schmieden, betonte Martin Keppler. „Wenn wir zu einer besseren Wahrnehmung am Markt kommen wollen, müssen wir uns besser aufstellen.“ Das gelinge durch Synergieeffekte, die Schärfung des Profils und Qualitätsmanagement.

Gesunde Lebensweise und die richtige Ernährung sind in den Augen des Gesundheitsexperten und Bestsellerautors Dr. Michael Despeghel-Schöne ideale Themen für den Tourismus im Nordschwarzwald.