

# Megatrend Gesundheits- tourismus

*Mega trend health tourism*





Wenn man den Trendforschern Glauben schenken darf, wird der Sektor Gesundheit der Konjunkturmotor der nächsten Jahrzehnte. Gesundheit ist zum Lifestyle geworden. Das steigende Gesundheitsbewusstsein führt zu einer höheren Lebenserwartung. Die damit einhergehende Veränderung in der Altersstruktur, der Sozialisation und die Veränderungen in der Arbeitswelt haben das Thema Gesundheit zu einem zentralen Punkt im Leben gemacht. Erfolgreiche Angebote im Tourismussektor werden diesen Trend aufnehmen. Der Mehrgenerationen-Spielplatz oder der Fitness-Parcours kann dabei eine wichtige Rolle spielen.

*If trend research can be believed, the health sector will be the power behind the economy for the next decades. Health has become lifestyle and increasing health awareness leads to longer life expectancy. The change in demographic structure, socialisation and changes in the working environment have made the topic of personal health a central factor of life. Successful offers in the tourism sector will take up this trend and a multi-generation playground or fitness course may play an important part.*





**T**rend- und Zukunftsforscher Matthias Horx spricht vom „Megatrend Gesundheit“, er sieht diesen Trend als zentrales Thema des Wertewandels, denn immer mehr Dienstleistungen zentrieren sich auf die Gesundheit. Sie stellt den Kern des Lebensqualität-Gedankens dar. „Sie wird von der „Abwesenheit von Krankheit“ zum aktiven Lebensstil. Sie erfasst umliegende Bereiche wie Pharmakologie, Ernährung und vor allem den Tourismus. Sie wird als Idee der Psychosozialen Gesundheit zur zentralen Utopie einer individualisierten Gesellschaft“. Durch diese zu erwartenden Entwicklungen und Tendenzen wird neben den herkömmlichen Gesundheitsbranchen (Pharmazie, Biotechnologie, Kosmetik, Ernährung, etc.), vor allem der Tourismus am meisten profitieren. Man kann daher auch vom Megatrend Gesundheitstourismus sprechen.

Wie sehen erfolgreiche Angebote im Gesundheitstourismus aus? Welche Produkthanforderungen müssen Anbieter erfüllen, um zufriedene Kunden zu haben? Wie chancenreich sind die Perspektiven eines innovativen Gesundheitstourismus? Der gesundheitstouristische Markt ist in den vergangenen Jahren stetig gewachsen und generiere laut dem Bregenzer ihs-Institut Umsätze von rund 73 Milliarden Euro im Jahr in Deutschland. „Glaubt man Trendforschern, wird der Gesundheitstourismus in den nächsten Jahrzehnten mit zum entscheidenden Konjunkturmotor der Tourismusbranche“, sagt der Präsident des Deutscher Tourismusverbandes (DTV), Reinhard Meyer. „Das heißt: Wir müssen schon jetzt die Weichen stellen, damit wir den hohen Kundenerwartungen und der wachsenden Zielgruppe gerecht werden.“

So ist der DTV Träger des bundesweiten Projekts „Innovativer Gesundheitstourismus in Deutschland“. Dieses wird vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie als Zuwendungsgeber finanziell unterstützt. Hierzu der Parlamentarische Staatssekretär beim Bundesminister für Wirtschaft und Technologie Ernst Burgbacher, MdB und Beauftragter der Bundesregierung für Mittelstand und Tourismus: „Ich erwarte von diesem anspruchsvollen Projekt wichtige Impulse für Wachstum und Beschäftigung sowie eine Stärkung der Einkommen besonders von kleinen und mittleren Unternehmen. Ich sehe hier eine günstige Gelegenheit, das Reiseland Deutschland nachhaltig konkurrenzfähig zu machen und den Gesundheitstourismus nicht nur in den einzelnen Regionen,

sondern auch über die Grenzen Deutschlands hinaus als Premium-Produkt zu etablieren.“

DTV-Präsident Reinhard Meyer erklärte: „Kernziel des Projekts ist, innovative Ideen und beispielhafte Produkte im Gesundheitstourismus zu erfassen und Markttrends heraus zu stellen. Wir wollen der Branche Angebote vorstellen, die zur Nachahmung anregen.“ Deshalb ruft der DTV bundesweit dazu auf, herausragende Best-Practice-Beispiele vorzustellen und einzureichen. Gesundheitstouristische Konzepte können bis September 2010 dem DTV vorgelegt werden.

---

## Beispiele

---

Ein Trend, der im Gesundheitstourismus grundlegend werden kann, ist der Mehrgenerationenspielplatz und der Fitness-Parcours.

Der erste playfit Park der Schweiz wurde im Beisein von Dr. Beat Villiger (CEO des Schweizerischen Paraplegiker Zentrums Nottwil, Olympia-Chefarzt und Präsident der Schweizerischen Gesellschaft für Sportmedizin) und Barbara Etienne (Leiterin und Beauftragte für Gesundheitsförderung und Prävention OW/NW) eröffnet. Das Unternehmen Playfit eröffnete den ersten Platz im Herzen der Schweiz unweit von Rütli (im Hotel Seeblick in Emmetten) mit einem wunderbaren Panoramablick auf den Vierwaldstättersee. Der neue playfit Park stellt für Emmetten eine zusätzliche Bereicherung dar und macht das kleine Bergdorf zusammen mit der neuen Bike Arena zu einer innovativen Bewegungsdestination. Der Bewegungspark ist öffentlich und frei zugänglich.

„Auch wenn der Philosoph Arthur Schoppenhauer den Mund etwas voll genommen hat, als er vor 150 Jahren behauptete, dass die Gesundheit neun Zehntel unseres Glücks ausmachen, so bleibt auch heute die Gesundheit die Basis unserer Lebensqualität. 40 Prozent aller Krankheiten ließen sich durch einen entsprechenden Lebensstil vermeiden – einen Lebensstil der körperliche Aktivität und richtige Ernährung beinhaltet. Nun kennen wir alle den „Inneren Schweinehund“! Wir müssen uns häufig überwinden, um körperlich aktiv zu sein. Der große Nachteil der Aktivität in den an sich sehr sinnvollen Fitnessstudios ist die Tatsache, dass sie „indoor“ ▶



**F**uturist and trend researcher Matthias Horx speaks of the “mega trend health” and sees this trend as the central theme in our changing values as increasingly more services are centred around health. Health is the core factor in the idea of quality of life. “From a ‘absence of illness’ health becomes an active lifestyle and includes peripheral areas such as pharmacology, nutrition and, above all, tourism. As an idea of psychosocial health it becomes the central utopia of an individualised society.” Along with conventional health trades (pharmacy, biotechnology, cosmetics, nutrition, etc.) tourism will profit above all, from these expected developments and trends. For this reason, we can speak of health tourism as a mega trend.

What are successful offers in health tourism? Which product requirements must suppliers fulfil in order to gain satisfied customers? How promising are the perspectives of an innovative health tourism industry? The market for health tourism has grown steadily over the past years and, according to the ihs-Institute in Bregenz, Austria, generates net sales of around 73 billion Euro each year in Germany alone. “If the trend researchers can be believed, the health sector will be one of the decisive driving factors of the tourist trade over the next decades,” asserted the president of the German tourist association (Deutscher Tourismusverbandes (DTV), Reinhard Meyer. “This means, we must set the course today in order to live up to the high expectations of our customers and our growing target audience”.

For this reason, the DTV is supporter of the nationwide project, “Innovative Health Tourism in Germany”. This project is subsidised by the German Federal Ministry of Economics and Technology. Ernst Burgbacher, German member of parliament, State Secretary of the Federal Ministry of Economics and Technology and parliamentary commissioner for SME policy and tourism states, “I am expecting this challenging project to provide important impetus for growth and employment as well as strengthening income, particularly for small and medium-sized businesses. I see here a favourable opportunity to achieve a sustainable competitive position for Germany as a tourist destination and to establish health tourism as a premium product, not only in the individual regions, but also beyond the borders of Germany.”

As DTV president Präsident Reinhard Meyer explains: “The core target of this project is to record innovative ideas and exemplary products in the field of health tourism and to use these to define market trends. We want to present the trade with offers which will animate others to copy them.” To do this, the DTV is calling for outstanding best-practice examples from throughout Germany to be presented and submitted. Concepts for health tourism can be presented to the DTV until September 2010.

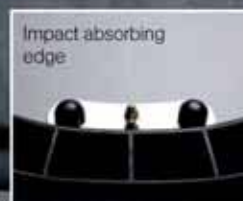
### Examples

One trend which can form a cornerstone for health tourism is the multi-generation playground and fitness course.

The first playfit park in Switzerland was inaugurated in the presence of Dr. Beat Villiger (CEO of the Swiss Paraplegics Centre Nottwil, head of Olympic medicine and President of the Swiss Association for Sport Medicine) and Barbara Etienne (Manager and Delegate for Health Promotion and Prevention OW/NW). Playfit has now opened its first facility in the heart of Switzerland, not far from the Rütli meadow (in Hotel Seeblick, Emmetten) with a wonderful panorama view of Lake ▶

# No more problems finding old tyres!

Our new swing seat is unique, designed specifically for single point swings.



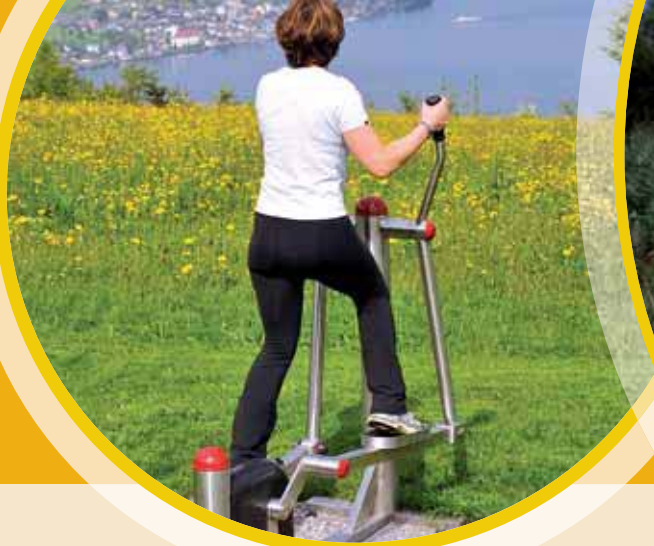
- Soft, non slip rubber
- Convex surfacing for drainage
- Solid & durable
- Complies with GS safety test for PAH/PAK
- Peak G of 52



Good design  
for children

**SutcliffePlay**

For further details call +44 (0)1977 653 200  
or visit [www.sutcliffeplay.co.uk](http://www.sutcliffeplay.co.uk)



► Lucerne. The new playfit park provides an additional attraction for Emmetten and, together with the new Bike Arena, makes the small mountain village an innovative activity destination. The playfit park is open to the public and free of charge.

"Perhaps the philosopher Arthur Schopenhauer was boasting when he declared 150 years ago that health is nine tenths of happiness, but even today, health remains the basis for our quality of life. 40 percent of all illnesses could be avoided with the corresponding lifestyle - a lifestyle including physical activity and correct nutrition. We all know the "inner couch potato" and it often requires a great effort to start exercising. The greatest disadvantage of essentially sensible fitness studios is that they are indoor, while it is a known fact that people are easier to motivate to take part in outdoor activities. While sufficient possibilities for endurance training in natural surroundings exist, previously there were practically no facilities such as the playfit park. Now, with this new outdoor training equipment, shaped in stainless steel and designed according to the latest training know-how, we can train strength, agility and coordination ability in an ideal way outdoors. This equipment also enables older generations and people dressed in 'normal' clothing to enjoy stress-free training with a great benefit to their health", states Dr. med. Beat Villiger.

The facility is equipped with eight different all-weather units made of stainless steel which can be used by young and old to exercise outdoors. These include a leg trainer, full-body trainer, back and shoulder trainers. The equipment is targeted towards a gentle training in the open-air and is light and uncomplicated to use. The playfit facilities are designed for use by people above 150 cm in height and focus on the aspects of massage and motion. In an amazingly simple and playful manner they serve to strengthen and improve cardiovascular circulation, agility and coordination. Loosening of muscles and massage of acupressure points on the legs, back and palms of the hands has a relaxing, calming and revigorating effect.

This equipment offers an innovative addition to hotel leisure and wellness offers. Director Urs Schaub is happy that he was able to realise the first playfit facility in Switzerland: "Real, authentic natural experiences in connection with other people are trendy and health awareness is an important factor for us. This location, with the unique view over Lake Lucerne, is naturally ideal for our guests - exactly like our slogan, "High above everyday life". With the playfit outdoor park the hotel offer has gained a further attraction.

The senior citizen's "Zum Urftal" in Schleiden, Germany is a successful example of an exercise garden in a very small space. The hotel is situated in the idyllic region of Gmünd, surrounded by the Eifel National Park with its expansive forests. In 1989 this area appeared to be perfect for the Hartmann family to open a senior citizen's ho- ►

► stattfinden. Wir wissen aber, dass sich Menschen besser für Aktivitäten im Freien motivieren lassen. Während wir genügend Möglichkeiten für das Ausdauertraining in der Natur vorfinden, fehlten bisher „outdoor“ Einrichtungen wie das playfit weitgehend. Dank den in Edelstahl geformten und nach neuesten Trainingserkenntnissen gestalteten „outdoor“ Trainingsgeräten können wir nun im Freien unsere Kraft, Beweglichkeit und das Koordinationsvermögen ideal trainieren. Die Geräte ermöglichen auch älteren Personen und Personen in „Straßenkleidung“ ein stressfreies Training mit einem großen Effekt auf die Gesundheit.“ So Dr. med. Beat Villiger.

Bei der Anlage handelt es sich um acht unterschiedliche allwettertaugliche Geräte aus Edelstahl, mit denen sich Jung und Alt in der frischen Natur Bewegung verschaffen können. So gibt es z.B. einen Beintrainer, einen Ganzkörpertrainer, einen Rückentrainer und einen Schultertrainer. Die Geräte zielen auf ein sanftes Bewegungsprogramm unter freiem Himmel ab und sind leicht und unkompliziert in der Handhabung. playfit Geräte sind konzipiert für eine Körpergröße ab 150 cm und greifen die Aspekte Massage und Bewegung auf. Sie dienen verblüffend einfach und spielerisch der Stärkung von Kreislauf, Beweglichkeit und Koordination. Die Lockerung von Muskeln und die Massage von Akupunkturpunkten an Handflächen, Beinen und Rücken wirken entspannend, schenken Ruhe und Kraft.

Diese Geräte bieten eine Ergänzung zum Freizeit- und Wellnessangebot von Hotelanlagen. Hotel-Direktor Urs Schaub ist glücklich, dass er die erste playfit Anlage in der Schweiz realisieren konnte: „Authentische und echte Naturerlebnisse in Verbindung mit anderen Leuten liegen im Trend, und die Gesundheitsprävention ist uns ein großes Anliegen. Mit unserem einzigartigen Ausblick auf den Vierwaldstättersee ist der Standort für unsere Gäste natürlich ideal – ganz nach unserem Slogan „hoch über dem Alltag“. Mit dem playfit-Outdoor-Park wird das Hotelangebot um eine Attraktion bereichert.“

Das Seniorenhotel „Zum Urftal“ bietet ein gelungenes Beispiel für einen Garten der Bewegung auf engstem Raum. Das Hotel





liegt in der idyllischen Region Gmünd umgeben vom Nationalpark Eifel mit seinen ausgedehnten Wäldern. Familie Hartmann schien diese Region ideal, um im Jahr 1989 ein Seniorenhotel mit dem Ziel zu eröffnen, ein auf die Bedürfnisse von älteren Menschen zugeschnittenes Ferienangebot zu offerieren. Diese vor dem Hintergrund der demographischen Entwicklung damals vorbildliche Pionierleistung ist gekennzeichnet durch eine auf die Bedürfnisse von älteren Menschen zugeschnittene Hotelausstattung und eine barrierefreundliche Gestaltung von Zimmern und Außenanlagen. Das Dienstleistungsangebot des Urft-Hotels richtet sich insbesondere an Senioren und Menschen mit Gehbehinderung. Es umfasst neben Fahrdiensten auch Ausflüge in den nahegelegenen Nationalpark Eifel mit geführten Wanderungen. Das hauseigene Well-

tel with the objective of providing a holiday destination, tailor-made to suit the requirements of older guests. Taking into account the demographic development at that time, this was a pioneering performance is characterised by hotel equipment especially suited for older guests and a barrier-free design for rooms and outside facilities. The service facilities of the hotel are designed in particular for people who have difficulty walking and provide driving services and trips to the nearby Eifel National Park with guided tours. Along with massages, the wellness offer in the hotel also includes a bio-sauna and ergometer as well as a therapeutically designed gymnastic programme. As a supplement to the wellness and leisure offer, and in order to provided exercise for guests at any time and in the fresh air without going far, the Urft Hotel is the first senior citizen hotel in Germany to have an exercise garden fitted with selected exercise and massage equipment from the playfit company. Since redesigning the garden layout in the spring of 2008, the hotel presents a successful example of exercise in a limited space. In this way, the "Senior Hotel Zum Urfttal" has proved that a relatively small hotel with only 19 guest rooms and limited space outdoors, can be an ideal location for a focussed exercise course with far-reaching health effects.

#### Movement in tourism

An increasing number of tourism-oriented communities and hotels offer professional exercise programmes for everybody. In 2007, the exercise offer at the beautiful location spa gardens Bad Gries-



## SPIELEN FÜR ALLE

Die Neuheit bei OBRA-Design:  
Das neue Produktprogramm  
GenerActiv

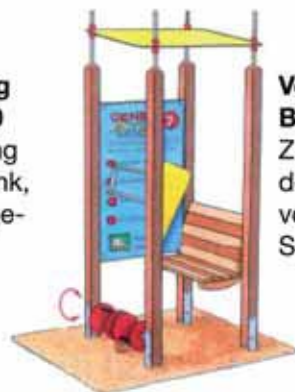


**GENER  
ACTIV**  
1-100

- Aktivität bis ins hohe Alter
- Spiel und Training für Alle
- Kommunikation
- Stärkung der Verbundenheit zwischen Generationen



**Tandem-Swing**  
Best.Nr. 87010  
Zur Stimulierung von Sprunggelenk, Knie und Hüftgelenk.



**Velo**  
Best.Nr. 87080  
Zur Verbesserung der Beweglichkeit von Hüft-, Knie- und Sprunggelenken.

**SPIEL  
GARTEN  
ZAUN**



Der neue OBRA-Katalog ist da! Gleich auf [www.obra.at](http://www.obra.at) bestellen.

Ing. Philipp GmbH & CoKG, Satteltal 2, A-4872 Neukirchen/Vöckla, Tel.: 0043/7682/2162-0, e-mail: [obra@obra.at](mailto:obra@obra.at)



► *bach in the tourist region Rottal on the River Inn, was expanded to create a 4Fcircle fitness course built by the Playparc Company. This course was assembled on the site in cooperation with the qualified sport expert Günter Bräunling who explained, "It is important to us, to create a possibility for spa guests, as well as local inhabitants and tourists of all ages and independent of fitness level, to enjoy exercise here in Bad Griesbach."*

*The course concept is made up of four "exercise islands" with four to five single stations each. Each of these islands provides exercises with the same basic focus so that overall, all the most important motor skills (coordination, strength/endurance and flexibility) are trained. A sign-posted network of paths connects the single elements of this 4Fcircle fitness course within the site which is located on a slight hill, also providing stimulation or training for the cardiovascular circulatory system, depending on the speed of the user.*

*In this way, the well-known spa Bad Griesbach offers all its guests a natural, integrated exercise concept, whether fit or untrained, young or old, alone or in a group. This provides the tourist region with an important cornerstone for the sport and leisure infrastructure. The local hotels, providers of prevention and rehabilitation programmes, associations and schools can all make use of the facilities which are open to the public. Especially with regard to the demographic change towards an increasingly older but still active and leisure-oriented society, the 4Fcircle provides an alternative to a sedentary lifestyle.*

*In general, public areas usually offer very few possibilities to keep fit in addition to walking, bicycling or other sporting activities. In particular development of the important skills of agility/coordination, strength and flexibility are not provided for. This provides a clear opportunity for tourist and holiday destinations to promote the topic "health-oriented fresh-air fitness for everyone."*

### *The complete-accessibility trend* ►

*Future trend barrier-free tourism – from market niche to added value: At the 2nd International Congress of the European Network for Accessible Tourism, held at the end of September 2009 in Vienna, experts from 24 countries discussed trends and perspectives of tourism without barriers.*

*The Austrian ministry for economy, family and adolescence was generous in their support of this event. Betty Dion, President of GAATES - Global Alliance on Accessible Technologies and Environments (www.GAATES.org), noted in a positively way that after the UN convention became valid on May 3, 2008, many countries began to adapt their national development plants for tourism to cover increased accessibility. In Europe the market potential is estimated at 134 million people, who would be willing to spend 80 billion Euros whilst travelling. Forecasts for the demographic development in the EU area indicate a growth of well above 30% for the 60+ generation by 2030. In the estimation of the experts, this change will also work as a strong promoter of barrier-free tourist offers.*

nessangebot bietet neben Massagen, Bio-Sauna und Ergometer auch ein therapeutisch geführtes Gymnastikprogramm. Als Ergänzung zum Wellness- und Freizeitangebot hat sich das Urftal als erstes Seniorenhotel in Deutschland etwas ganz Besonderes überlegt: Damit sich die Gäste auch ohne Begleitung hausnah und zeitunabhängig nach Lust und Laune an der frischen Luft bewegen können, ist ein Bewegungsgarten mit ausgewählten Bewegungs- und Massagegeräten der Firma playfit geschaffen worden. Nach Umgestaltung der Gartenanlage im Frühjahr 2008 präsentiert das Hotel ein gelungenes Beispiel für eine Bewegungsanlage auf begrenztem Raum. So beweist das Seniorenhotel „Zum Urftal“, dass auch ein vergleichsweise kleines Hotel mit nur 19 Gästezimmern und räumlich begrenzten Außenanlagen ein idealer Standort für ein gezieltes Bewegungsangebot mit großer Gesundheitswirkung sein kann.

### **Bewegung im Tourismus**

Immer mehr touristisch orientierte Kommunen und Hotels offerieren professionelle Bewegungsangebote für jedermann. Im Jahr 2007 wurde das Bewegungsangebot im herrlich gelegenen Kurpark Bad Griesbach in der Tourismusregion Rottal am Inn erweitert. Es entstand ein 4Fcircle-Fitnessparcours der Firma Playparc, der vor Ort in Kooperation mit dem Diplomspportwissenschaftler Günter Bräunling zusammengestellt wurde. „Uns kommt es darauf an, altersübergreifend und unabhängig vom momentanen Fitnesszustand, sowohl den Kurgästen, als auch den Einwohnern und Touristen hier in Bad Griesbach, ein effektives und spaßorientiertes Bewegungsangebot zu erarbeiten“, so Günter Bräunling.

In der Umsetzung der Parcours-Konzeption ergaben sich dann vier „Bewegungs-Inseln“, mit jeweils vier bis fünf einzelnen Stationen. Jede der „Bewegungs-Inseln“ bietet den Nutzern einen besonderen Schwerpunkt, so dass insgesamt alle wichtigen motorischen Grundfertigkeiten (Koordination, Kraft/Ausdauer und Beweglichkeit) gefördert werden. Ein ausgeschildertes Wegenetz verbindet die einzelnen Elemente dieses 4Fcircle-Fitnessparcours durch das leicht am Hang gelegene Gelände. So wird auch die Herz-Kreislauf-Tätigkeit, auf dem Weg von Insel zu Insel, je nach Bewegungstempo, leicht angeregt oder zielgerichtet trainiert.

Der bekannte Kurort Bad Griesbach bietet damit all seinen Gästen ein naturnahes, integratives Bewegungskonzept. Gleichgültig, ob trainiert oder untrainiert, ob alt oder jung, ob alleine oder in der Gruppe. Eine Tourismus-Region erhält dadurch einen wichtigen Baustein für die Sport- und Freizeitinfrastruktur. Sowohl die örtlichen Hotels, ►





► Anbieter von Präventions- und Rehabilitationsprogrammen, Vereine und Schulen, aber auch die privaten Gäste und Anwohner können die öffentlich zugängliche Anlage nutzen. Gerade im Kontext des demographischen Wandels, zu einer immer älter werdenden, aber dennoch aktiven und freizeitorientierten Gesellschaft, bietet der 4Fcircle eine Alternative zum bewegungsarmen Alltag.

Im öffentlichen Raum gibt es generell zu wenige Möglichkeiten, sich als Ergänzung zum Spazieren, Fahrradfahren, oder ähnlichem, körperlich aktiv und fit zu halten. Speziell die wichtigen Bereiche der Geschicklichkeit/Koordination, Kraft und Beweglichkeit werden hier nicht berücksichtigt. Somit bieten sich vor allem Tourismus- und Urlaubsdestinationen an, das Thema „gesundheitsorientierte Freiluft-Fitness für Jedermann“ zu fördern.

### Trend Barrierefrei

Zukunftstrend barrierefreier Tourismus – von der Marktnische zum Mehrwert: Experten aus 24 Ländern diskutierten Ende September 2009 in Wien beim zweiten internationalen ENAT (European Network für Accessible Tourism) Kongress über Trends und Perspektiven im barrierefreien Tourismus. Das österreichische Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend unterstützte die Veranstaltung maßgeblich. Betty Dion, Präsidentin von GAATES - Global Alliance on Accessible Technologies and Environments ( www.GAATES.org ), vermerkte positiv, dass nach dem In-Kraft-Treten der UN-Konvention am 3. Mai 2008 viele Länder begonnen haben, ihre nationalen Entwicklungspläne für den Tourismus in Hinblick auf Barrierefreiheit zu adaptieren. In Europa wird das Marktpotenzial auf 134 Millionen Menschen mit Behinderungen geschätzt, die auf Reisen mehr als 80 Milliarden Euro auszugeben bereit wären. Prognosen zur demografischen Entwicklung im EU-Raum zeigen bis 2030 ein Wachstum der Generation 60plus, das

deutlich über 30 Prozent liegt. Dieser Wandel wird nach Einschätzung der Experten ebenfalls als starker Motor für barrierefreie Tourismusangebote fungieren.

Der deutsche Tourismusexperte Peter Neumann präsentierte aus seiner aktuellen Studie sieben Erfolgsfaktoren für die nachhaltige Implementierung eines barrierefreien Angebots. „Barrierefreier Tourismus muss sexy werden“, forderte Neumann provokant. „Attraktivität für alle ist das Ziel! Es gilt, barrierefrei zugängliche und erlebbare Produkte und Angebote im Sinne eines ‚Designs für Alle‘ zu entwickeln und damit einen wesentlichen Beitrag zu mehr Qualität im Tourismus für alle zu leisten.“

Markus Lassnig von Salzburg Research nimmt an, dass barrierefreier Tourismus – jetzt vielerorts noch als Marktnische wahrgenommen – ab 2026 überall als Standard etabliert sein wird, „weil der Megatrend zu mehr Komfort die Umsetzung eines barrierefreien Tourismus für alle unterstützt“.

Dimitrios Buhalis von der Bournemouth University (UK) schätzt, dass amerikanische Reisende mit Behinderungen bereit wären, jährlich 13,6 Milliarden Dollar für barrierefreie Reiseangebote auszugeben. Best-Practice-Beispiel: Dass Barrierefreiheit nicht nur ein Thema für einzelne Anbieter oder Regionen sondern auch für eine renommierte Hotelkette ist, beweist Scandic Hotels. Dort beschäftigt man sich seit sechs Jahren sehr intensiv mit der Thematik. „Wir haben eigene Normen dafür entwickelt und sprechen generell von Gästen, nicht von Menschen mit Behinderung“, erzählte Magnus Berglund, der als „Disability Coordinator“ bei Scandic auch für die Schulung des Personals zuständig ist. Scandic ist in zehn Ländern mit 140 Hotels vertreten, Barrierefreiheit ist fester Bestandteil des Angebots: „Everyone is welcome at Scandic“ lautet der Titel des Folders für Gäste mit besonderen Bedürfnissen. ■

TM /// Fotos: Playfit, Playparc, Photocase

► *In his latest study, the German tourist expert Peter Neumann presented seven factors for success for sustainable implementation of a barrier-free offer. “Barrier-free tourism must be sexy,” he demands provokingly. “The goal is to be attractive to everyone. We must develop barrier-free, accessible and tangible products and offers in the meaning of one “design for everyone” and in this way, make a significant contribution towards improved quality of tourism for everyone.”*

*Markus Lassnig from Salzburg Research expects that barrier-free tourism – now recognised in many places as a market niche – will be established as standard everywhere from 2026, “Because the mega trend towards more comfort supports the implementation of barrier-free tourism for everyone.”*

*Dimitrios Buhalis from Bournemouth University (UK) estimates that disabled American tourists would be prepared to spend 13.6 million*

*US Dollars each year on barrier-free travel offers. One best-practice example: Scandic Hotels prove that barrier-freedom is not just a topic for individual suppliers or regions, but is also of current interest for a renowned hotel chain. Here, this topic has been given intensive discussion for more than 6 years now. “We have developed our own standards and refer to guests in general, not to handicapped people,” says Magnus Berglund who in his position as “Disability Coordinator” for Scandic is responsible for personnel training. Scandic is represented with 140 hotels in 10 countries and barrier-freedom and accessibility is an integral part of the offer: “Everyone is welcome at Scandic” is the title of the brochure provided for guests with special needs.* ■

TM /// Photos: Playfit, Playparc, Photocase