

Tourismus- und Kurortentwicklungskonzept Bad Neustadt an der Saale

Ergebnisbericht

Juni 2024







Vorbemerkung

Das unterfränkische Sole- und Moorheilbad Bad Neustadt a.d. Saale mit 150-jähriger Bädertradition beabsichtigt eine Positionsbestimmung mit Positionierungsstrategie im (Gesundheits-)tourismus.

Anlass dafür ist zum einen die Rekommunalisierung des Heilquellenbetriebes, der in den letzten Jahrzehnten in den Händen des Rhön-Klinikums war und auch die physio-therapeutischen Anwendungen liefen im Kurhaus in privatwirtschaftlicher Zuständigkeit. Seit Ende August 2023 hat die physikalische Abteilung den Betrieb eingestellt. Für beide Aspekte gilt es die Zukunftsperspektiven auszuloten und konkrete Vorschläge zur Zukunft des Kurmittelbetriebes und damit verbunden auch des Kurviertels selbst zu entwickeln.

Zum anderen befindet sich Bad Neustadt in der **Reprädiatisierung des Heilbadstatus**. Um die vorhandenen Potenziale im Gesundheitstourismus zu nutzen, soll ein **klares Profil** mit einem differenzierenden Alleinstellungsmerkmal und zukunftsorientierter Neuinterpretation der Kur sowie weiteren Feldern des Gesundheitstourismus herausgearbeitet werden. Dabei gilt es auch die Wettbewerbssituation in der Heilbäderlandschaft insgesamt, aber auch im Speziellen im Bäderland Bayerische Rhön zu beachten.

Der durch PROJECT M erarbeitete, vorliegende **Ergebnisbericht** gibt einen zusammenfassenden Überblick über die erzielten Ergebnisse im Projekt „Tourismus- und Kurortentwicklungskonzept für Bad Neustadt a.d. Saale“, welches im September 2023 mit einem digitalen Kick-off Termin gestartet wurde.

In Ergänzung hierzu sind die jeweiligen Protokolle der Lenkungsgruppensitzungen sowie der Zukunftswerkstätten in chronologischer Reihenfolge zu beachten, die dem Auftraggebenden im Nachgang der einzelnen Termine zur Verfügung gestellt wurden.

Die Hintergrundinformationen und Daten gehen auf die der PROJECT M vom Auftraggebenden zur Verfügung gestellten Unterlagen sowie durchgeführten Site-Visits bzw. Marktanalysen, allgemein zugänglichen Datenquellen, internen Informationsquellen und Datenbanken sowie auf die aus dem PROJECT M internen Know-how resultierende Bewertung und Einschätzung zurück. Sie sind vertraulich zu behandeln.

PROJECT M übernimmt keine Verantwortung für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Angemessenheit der Zahlen und Daten, die aus dritten Quellen stammen.

Das Projekt wurde mit der erforderlichen Sorgfaltspflicht und Umsicht durchgeführt und berücksichtigt die Marktgegebenheiten in dem Ausmaße, wie sie bei Erstellung und Abgabe des Berichtsentwurfes im Zeitraum Juni 2023 – Juni 2024 absehbar waren. Für mögliche Veränderungen der Marktgegebenheiten nach diesem Zeitpunkt übernimmt PROJECT M keine Verantwortung. Es besteht keine Verpflichtung, den Bericht bzw. das Papier zu überarbeiten, um Vorkommnisse zu berücksichtigen, die nach dem Abgabedatum auftreten.

Der Bericht ist für die auftraggebende Tourismus und Stadtmarketing Bad Neustadt GmbH bestimmt. Der Bericht wurde erstellt für: Tourismus und Stadtmarketing Bad Neustadt GmbH, An d. Stadthalle 4, 97616 Bad Neustadt an der Saale



Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	4
1 Einleitung	6
1.1 Anlass, Zielsetzung und Methodik	7
1.2 Prozess der Zusammenarbeit	8
2 Touristische Ausgangssituation.....	9
2.1 Qualitative und quantitative Standortbestimmung	9
2.2 Detailanalyse der kurörtlichen Infrastruktur	10
2.3 Einzugsgebietsanalyse.....	11
2.4 Online-Leistungsträgerbefragung.....	12
3 SWOT-Analyse	13
4 Strategieentwicklung für die Kurstadt Bad Neustadt.....	15
4.1 Positionierung im (Gesundheits-)Tourismus	15
4.2 Alleinstellungsmerkmale im Tourismus	19
4.3 Vision und Mission	20
4.4 Werte	21
4.5 Entwicklung des Erlebnisraums.....	23
5 Umsetzungsfahrplan und Handlungsprogramm	27
5.1 Strategische Entwicklung und Handlungsfelder.....	27
5.2 Maßnahmenkatalog.....	28
5.3 Umsetzungsfahrplan und Schlüsselmaßnahmen	31
6 Empfehlungen zum weiteren Vorgehen	41
Impressum





Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Projektplan mit im Angebot inkludierten Meilensteinen	8
Abb. 2: Systematisierung der kurörtlichen Infrastruktur.....	9
Abb. 3: Standortanalyse: Einschätzung des Status-Quo hinsichtlich Bestands und Handlungsbedarf.....	10
Abb. 4: Bad Neustadt – Einzugsgebiet D. Im Überblick	11
Abb. 5: Struktur Leistungsträger-Online-Befragung	12
Abb. 6: Online-Leistungsträger:innen Befragung	12
Abb. 7: SWOT-Analyse	13
Abb. 8: Positionierungsspinne „Bayerische Rhön“.....	15
Abb. 9: Einschätzung PROJECT M	16
Abb. 10: Zielgruppensegmentation anhand der Sinus-Milieus.....	17
Abb. 11: Einordnung der Zielgruppen Bad Neustadts anhand der Sinus-Milieus.....	17
Abb. 12: Adaptiv-Pragmatische Mitte	18
Abb. 13: Postmaterielles Milieu	18
Abb. 14: Nostalgisch-Bürgerliches Milieu	18
Abb. 15: Alleinstellungsmerkmale im Tourismus	19
Abb. 16: Vision, Mission & Werte	20
Abb. 17: Charaktermerkmale: „Werte“ von Bad Neustadt	22
Abb. 18: Skizze: Erlebnisraumplanung	24
Abb. 19: Erlebnisareale in Bad Neustadt a.d. Saale	24
Abb. 20: Erlebnisraumplanung in „Altstadt Plus“.....	25
Abb. 21: Erlebnisareale in „Altstadt Plus“.....	26
Abb. 22: Strategische Entwicklung und Handlungsfelder	27
Abb. 23: Maßnahmenplanung: Handlungsfeld 1: Strukturen & Finanzierung.....	28
Abb. 24: Maßnahmenplanung: Handlungsfeld 2: Profil, Marke & Marketing	28
Abb. 25: Maßnahmenplanung: Handlungsfeld 3: Produkte & Angebote	29
Abb. 26: Maßnahmenplanung: Handlungsfeld 4: Infrastruktur & Mobilität	30
Abb. 27: Umsetzungsfahrplan der Schlüsselmaßnahmen für Bad Neustadt a. d. Saale.....	32





Abbildungsverzeichnis

Abb. 28: Handlungsfeld 1: Strukturen & Finanzierung (1).....	33
Abb. 29: Handlungsfeld 1: Strukturen & Finanzierung (2).....	33
Abb. 30: Handlungsfeld 1: Strukturen & Finanzierung (3).....	34
Abb. 31: Handlungsfeld 2: Profil, Marke & Marketing (1).....	34
Abb. 32: Handlungsfeld 2: Profil, Marke & Marketing (2).....	35
Abb. 33: Handlungsfeld 2: Profil, Marke & Marketing (3).....	35
Abb. 34: Handlungsfeld 3: Produkte & Angebote (1).....	36
Abb. 35: Handlungsfeld 3: Produkte & Angebote (2).....	36
Abb. 36: Handlungsfeld 3: Produkte & Angebote (3).....	37
Abb. 37: Handlungsfeld 3: Produkte & Angebote (4).....	37
Abb. 38: Handlungsfeld 3: Produkte & Angebote (5).....	38
Abb. 39: Handlungsfeld 4: Infrastruktur & Mobilität (1).....	38
Abb. 40: Handlungsfeld 4: Infrastruktur & Mobilität (2).....	39
Abb. 41: Handlungsfeld 4: Infrastruktur & Mobilität (3).....	39
Abb. 42: Handlungsfeld 4: Infrastruktur & Mobilität (4).....	40
Abb. 43: Handlungsfeld 4: Infrastruktur & Mobilität (5).....	40
Abb. 44: Schema zum zukünftigen strategischen Weg für Bad Neustadt a. d. Saale	41





1. Einleitung

Bad Neustadt a.d. Saale liegt im nördlichsten Landkreis Bayerns am Fuße der Bayerischen Rhön. Das Mineralheilbad bildet zusammen mit Bad Kissingen, Bad Bocklet, Bad Königshofen und Bad Brückenau das Bäderland Bayerische Rhön.

Im Stadtteil Neuhaus befindet sich heute das Kurgelände mit allen Kuranlagen. Direkt ans Kurhaus angeschlossen ist der weitläufige Kur- und Schlosspark. Bis zur Rekommunalisierung war Bad Neustadt a. d. Saale ein Privatbad der Rhön-Klinikum AG inmitten der Rhön.

Der Kurbetrieb in Bad Neustadt a. d. Saale stützt sich auf drei Heilquellen, die Elisabeth-, Bonifatius- und Karl-Theodor-Quelle. Alle drei Quellen sind Kochsalzsäuerlinge mit einem erheblichen Gehalt an Bitter- und Glaubersalz, die Karl-Theodor-Quelle ist diejenige mit dem höchsten Solegehalt und daher nur für Solebadanwendungen geeignet. Das Kurhaus, in dem die drei Hauptquellen zusammenlaufen, ist für Anwendungen im Solebad sowie anderen Therapien langfristig geschlossen. Während sich die beiden Trinkquellen, Elisabeth und Bonifatius-Quelle als klassische Trinkkur mit verdauungsfördernder Wirkung des Magen-Darm-Systems eignen, ist die Karl-Theodor-Quelle aufgrund ihres hohen Solegehaltes nur für eine äußerliche Anwendung geeignet.

Zu den zentralen Kurindikationen Bad Neustadts a.d. Saale gehören die Orthopädie, Psychosomatik, Herz-Kreislauf-System, Atemwege, Verdauungssystem, Dermatologie und Neurologie. Im Campus der RHÖN-Klinikum AG werden in den sechs Fachkliniken am Standort Patienten mit psychosomatischen, neurologischen und Suchterkrankungen ebenso wie solche mit Herz- und Gefäßkrankheiten, Erkrankungen und Verletzungen von Hand-, Schulter-, Fuß- und Sprunggelenk behandelt.

Im Rahmen des Tourismus- und Kurortentwicklungskonzeptes wurde ein Profil mit einem differenzierenden Alleinstellungsmerkmal und zukunftsorientierter Neuinterpretation der Kur sowie weiteren Feldern des Gesundheitstourismus herausgearbeitet und Handlungsfelder und Schlüsselprojekte für die operative Umsetzung des Konzeptes unter der Federführung der Stadt definiert.

Das Tourismus- und Kurortentwicklungskonzept ist damit die konzeptionelle Grundlage für die gewollte weitere gesundheitstouristische Entwicklung der Stadt. Die in der Konzeption definierten Handlungsempfehlungen zielen im Wesentlichen darauf ab, die Standortqualität zu verbessern und die Zukunft des Prädikats langfristig zu sichern.



1.1 Anlass, Zielsetzungen und Methodik

Das Tourismus- und Kurortentwicklungskonzept, beinhaltet die zielgerichtete Profilentwicklung mit einem differenzierenden Alleinstellungsmerkmal sowie einer zukunftsorientierten Neuinterpretation der Kur und funktionierender attraktiver (kurörtlicher) Infrastrukturen. Hierbei wurde zudem die Wettbewerbssituation in der Heilbäderlandschaft insgesamt und im Speziellen im Bäderland Bayerische Rhön berücksichtigt.

Nachfolgende Kernherausforderungen für Bad Neustadt a.d. Saale zeigen die Notwendigkeit der Erarbeitung einer zukunftsgerichteten und umsetzungsorientierten Entwicklungsstrategie:

- Rekommunalisierung Heilquellenbetriebs, der in den letzten Jahrzehnten in den Händen des Rhön-Klinikums war.
- Bad Neustadt befindet sich in der Reprädisierung des Heilbadstatus, mit einem gewährten Aufschub bis 2024.
- Ungewissheit über die Perspektive des Kurmittelhauses und seiner Angebote
- Weiterentwicklung des Standortes Triamare, bei dem noch bis 2027 eine Zweckbindung besteht und das bislang ohne Heilwasseranschluss betrieben wird. Hier gilt es zu prüfen, ob ggf. ein Ersatzneubau des bestehenden Kurmittelhauses an diesem Standort mit räumlicher Angliederung an das Triamare Sinn machen würde
- Notwendigkeit eines klaren Profils mit einem differenzierenden Alleinstellungsmerkmal und zukunftsorientierter Neuinterpretation der Kur
- Prüfung der Erschließung und Inwertsetzung der „dritten Quelle“ für die sich die Stadt den Zugang gesichert hat
- Möglichkeiten zur Steigerung des Erlebniswertes des Kurparks unter Einsatz der Sole sowie in Verbindung zwischen Kurgebiet und Altstadt bzw. Richtung Triamare
- Prüfung und Empfehlung zur zukunftsgerichteten Weiterentwicklung des Beherbergungssektors, auch vor dem Hintergrund künftiger gesundheitstouristischer Angebote außerhalb der Kliniken

Mithilfe des Tourismus- und Kurortentwicklungskonzeptes soll zusätzlich ein effektives Qualitätsmanagement eingeführt werden, um sich künftig erfolgreich im Gesundheitstourismus positionieren zu können. Im Hinblick auf die Marktbearbeitung soll die bisherige Zielgruppendefinition analysiert und angepasst werden, um ein erfolgreiches zielgruppen-gerechtes Marketing zu ermöglichen.

Mit dem Tourismus- und Kurortentwicklungskonzept wurden zugleich Erlebnisräume und Teilareale identifiziert und definiert und mit konkreten Maßnahmen unteretzt.

Das Konzept enthält zur einfachen Umsetzbarkeit klar definierte Ziele, Strategien und Maßnahmen und ist die konzeptionelle Grundlage für die weitere strategische und profilbezogene Produkt- und (Gesundheits)Tourismusentwicklung der Stadt.



1.2 Prozess der Zusammenarbeit

Im Juni 2023 startete der Prozess zum Tourismus- und Kurortentwicklungskonzept Bad Neustadt, um den Gesundheitstourismus nachhaltig, erfolgreich und qualitativ (weiter-) zu entwickeln. Dabei steht die Entwicklung im Einklang mit den unterschiedlichen Anspruchsgruppen im Fokus. Der (Gesundheits-)Tourismus stellt für Bad Neustadt an der Saale nicht nur einen bedeutenden Wirtschaftsfaktor dar, sondern trägt auch maßgeblich zur Lebens- und Erlebnisqualität für Einheimische und Gäste bei. Wertvollen Impuls und Anregungen zur Weiterentwicklung der Kurstadt lieferten die gesundheitstouristischen Akteur:innen im Rahmen der Zukunftswerkstätten. Die Veranstaltungen reihen sich damit ein in den dialogorientierten Partizipationsprozess, der unterschiedliche Beteiligungsformate umfasst: Einbindung der touristischen Leistungsträger:innen in der Funktion als prozessbegleitende Lenkungsgruppe, Fachgespräche mit Expert:innen sowie eine Leistungsträger:innen-Befragung.

Die Erstellung des Tourismus- und Kurortentwicklungskonzeptes erfolgte in einem breit angelegten partizipativen Prozess, der von einer heterogen zusammengesetzten Lenkungsgruppe begleitet wurde. Die Lenkungsgruppe setzte sich aus Mitgliedern verschiedener Arbeits- bzw. Tätigkeitsbereiche zusammen und wurde von der Stadt Bad Neustadt a.d. Saale gemeinsam mit PROJECT M geleitet. So konnte in insgesamt vier Sitzungen dieser interdisziplinären Runde aus unterschiedlichen Perspektiven diskutiert, abgewogen und entschieden werden, wie der Weg in die Zukunft der Kurstadt Bad Neustadt a.d. Saale gestaltet werden soll.

Projektplan mit im Angebot inkludierten Meilensteinen

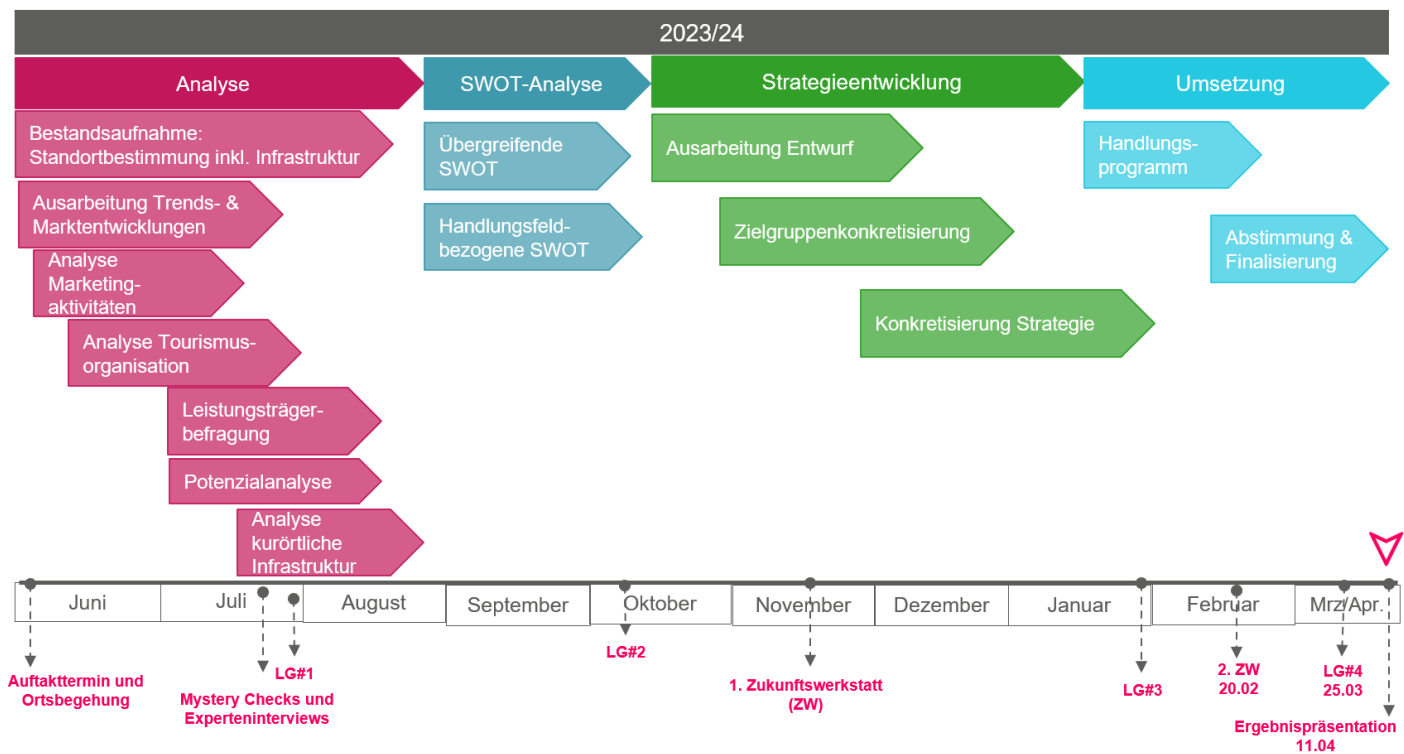


Abb. 1: Projektplan mit im Angebot inkludierten Meilensteinen, Quelle: PROJECT M (2024)



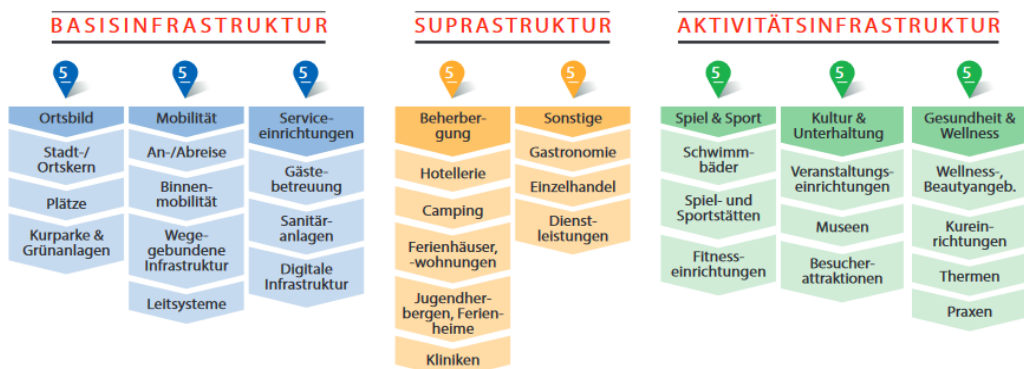
2. Touristische Ausgangssituation

Die Ausarbeitung des Tourismus- und Kurortentwicklungskonzeptes sowie die Ableitung der Kernergebnisse erfolgt auf Grundlage der Bewertungen der aktuellen Situation im Tourismus in Bad Neustadt a.d. Saale. Sie bilden die Basis für die weiterentwickelte und ausgearbeitete künftige Positionierung der Gesundheitsstadt.

2.1 Qualitative und quantitative Standortbestimmung

Die Infrastruktur prägt neben dem Image, dem Leistungsspektrum und dem Naturpotenzial maßgeblich das wahrgenommene Angebotsprofil der Heilbäder und Kurorte sowie der Region auf den drei Qualitätsebenen Funktionalität, Atmosphäre und Symbolik (z. B. Ortsbild, Profilierung). Darum ist für die Erarbeitung von Entwicklungs- und Profilierungskonzepten zur Optimierung und zukunftsorientierten Aufstellung der kurörtlichen Infrastruktur ein umfassendes Verständnis von Infrastruktur notwendig. Sowohl in der Praxis als auch in der Lehre kommen höchst unterschiedliche Definitionen zur Anwendung. Für das Projekt wurde die auf langjähriger Erfahrung von PROJECT M basierende Einteilung in drei sich ergänzende Bereiche herangezogen, nämlich in die Basisinfrastruktur, die Suprastruktur und die Aktivitätsinfrastruktur. Der Aufgabenstellung entsprechend stand dabei die überwiegend in öffentlicher Verfügungsgewalt stehende Basisinfrastruktur im Vordergrund der Betrachtung. Sie umfasst die gemeinschaftlich nutzbare Grundausstattung für jegliche Form touristischer Aktivitäten, d. h.

- **Ortsbild**, geprägt durch z. B. Stadt- und Ortskerne bzw. Zentren, dem Kurgebiet, den Zufahrten zum Ort und im Speziellen durch die Kurparke und Grünanlagen
- **Mobilität**, in Form der An- und Abreise, Binnenmobilität (ÖPNV, Shuttle-Verkehr, ...) sowie wegegebundene Infrastruktur (Wander-, Radwege, ...) und das Besucherleitsystem vor Ort
- **Serviceeinrichtungen** in den Kurorten wie Gästeinformations- und Gästebetreuungseinrichtungen, Sanitäranlagen, aber zunehmend auch digitale Infrastruktur wie (kostenfreie) W-LAN Anbindungen o.ä.



Anzahl, Qualität, Funktion und Gestaltung der touristischen Infrastruktur ist abhängig von den jeweiligen Potenzialen sowie dem angestrebten Markenprofil des Ortes

Abb. 2: Systematisierung der kurörtlichen Infrastruktur Quelle: PROJECT M (2024)

2.2 Detailanalyse der kurörtlichen Infrastruktur

Die systematische Erfassung und Bewertung der kurstädtischen Infrastruktur hinsichtlich Quantitäten und Qualitäten erfolgte differenziert nach Basis-, Supra- und Aktivitätsinfrastruktur. Diese Einteilung ermöglicht es, alle Teilbereiche einer Destination genauer zu durchleuchten. Die zusammenfassenden Ergebnisse sind nachfolgend dargestellt.

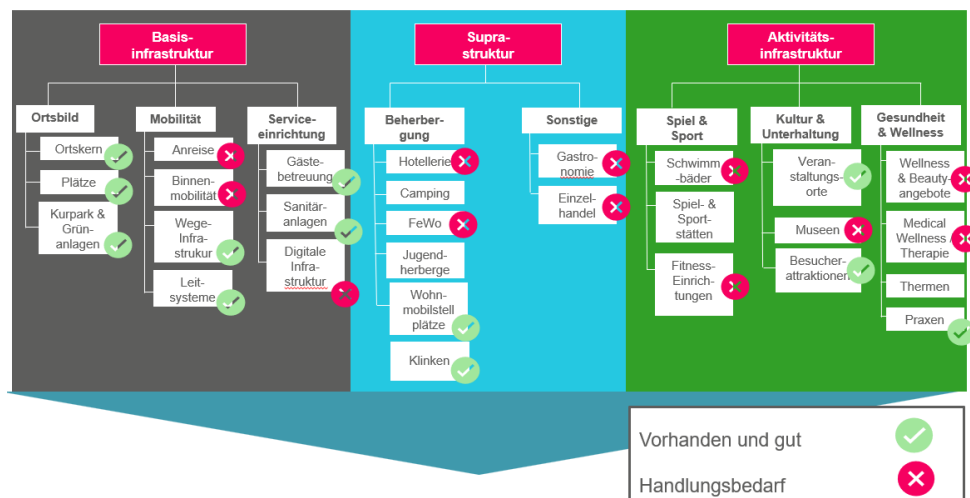


Abb. 3: Standortanalyse: Einschätzung des Status-Quo hinsichtlich Bestands und Handlungsbedarf, Quelle: PROJECT M (2024), Quelle: PROJECT M (2024)

Die Evaluierung der touristischen Infrastruktur der Kurstadt erfolgte über eine intensive Standortbegehung und wurde anhand des Ampelsystems vorgenommen, mit folgendem Ergebnis:

- **Psychosomatische Klinik** als eine der ersten Fachkliniken für Psychosomatische Medizin und Psychotherapie in Deutschland als sehr profilierte Klinik mit breitem Behandlungsangebot am Standort ● ● ●
- Attraktive **Innenstadt** mit gut erhaltener Stadtmauer und attraktivem Angebot an Gastronomie und Einzelhandel jedoch zunehmenden Leerständen ● ● ●
- **Tourist Information** in zentraler Lage als Anlaufstelle und regionales Schaufenster ● ● ●
- **Kurmittelhaus** als historischer Kern mit Sanierungsstau und fehlender Perspektive ● ● ●
- Sehr gepflegter **Kurpark** mit drei Heilquellen bzw. zur Anwendung im Kurhaus und mit hoher Verweilqualität jedoch ohne größere Highlights ● ● ●
- **Schlosshotel** als hochwertiges attraktives Ensemble mit Nutzung der Wandelhalle ● ● ●
- **Bahnhof Bad Neustadt** als zentraler Willkommensort mit Schwächen bzgl. Lage und Atmosphäre; geplante Umgestaltung des Bahnhofsareals mit Potential für u.a. notwendige Optimierung Barrierefreiheit und optische Attraktivierung ● ● ●
- **Rad- und Wanderwegenetz:** Zahlreiche Premium-Wanderwege bieten ein attraktives Angebot, am Fuße und in die Rhön hinein ● ● ●

Zwischenfazit:

Insgesamt wurden bislang die Chancen des modernen Gesundheitstourismus und der Entwicklung im Gesundheitsmarkt in Bad Neustadt a.d. Saale zu wenig genutzt. Die kurörtliche Infrastruktur ist bisher zu gering in die sehr gut ausgebaute Aktivitätsinfrastruktur und die Gesamtstadt eingebunden und noch nicht über einen schlüssigen Erlebnisraum miteinander verknüpft.



2.3 Einzugsgebietsanalyse

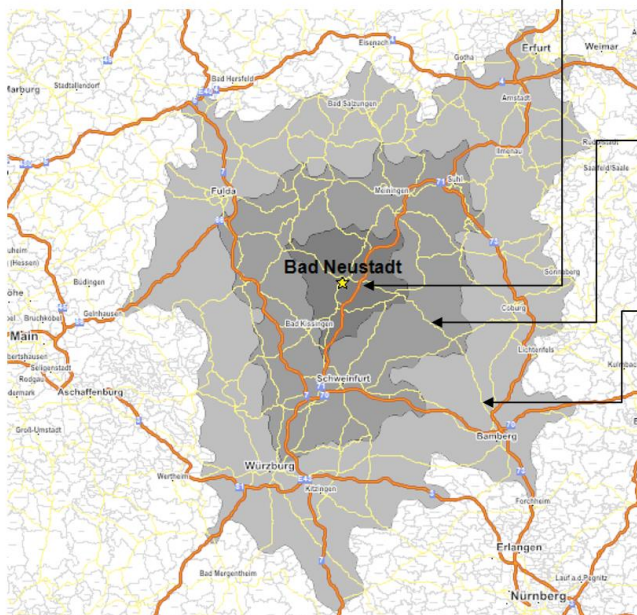
Die Einzugsgebietsanalyse führt das Einzugsgebiet für Tagesgäste (generiert aus Einwohnenden und Übernachtungsgästen in den Fahrzeitzonen) auf. Die in der Grafik mittels Isochronen (= Isolinien, die alle Punkte verbinden, die von einem bestimmten Startpunkt aus innerhalb des vorgegebenen Zeitintervalls erreicht werden können) dargestellten Zeitzonen (von ... bis Minuten), stellen die PKW-Fahrtzeit für eine einfache Fahrt zwischen Start- und Zielort dar.

Die Ergebnisse der Zonen A-C im 90-Minuten PKW-Radius stehen exemplarisch für die Grenze des üblichen Tagesausflugsverkehrs bzw. die Reisezeit, die Gäste für beliebte und attraktive Ausflugsziele bereit sind, für die Hinreise zu investieren / in Kauf zu nehmen (Durchschnittswert).

Die Ergebnisse der Zone D stehen exemplarisch für die (einfache) Reisezeit, die Kurzurlauber für einen Wochenend- / Kurzaufenthalt bereit sind, in Kauf zu nehmen (Durchschnittswert). Das Einzugsgebiet erstreckt sich von Oberfranken bis Erfurt in Thüringen. Insgesamt zeigt Bad Neustadt a.d. Saale ein hohes theoretisches Besucherpotential, der Umkreis bis zu 30 Minuten ist hingegen eher ländlich geprägt. Innerhalb von 60 Minuten besteht ein größeres Potential aus dem Sekundärmarkt (Bayerische Rhön).

→ Die Nähe zu und gute Anbindung an Würzburg, Erfurt, Fulda und Bamberg birgt hohes Gästepotenzial vor allem im Bereich Wochenendreisen/ Kurztrips, Tagesreisen sowie in der Nebensaison. Insgesamt weist die Kurstadt Bad Neustadt a.d. Saale damit ein hohes theoretisches Besucherpotential auf.

Bad Neustadt – Einzugsgebiet D. im Überblick



ZONE A (0-30 min):	
Einwohner:	ca. 87.687
Ankünfte:	ca. 160.659
Übernachtungen:	ca. 771.394
Kaufkraft je EW:	ca. 25.275
Kaufkraftindex (D=100%):	101,9 %
ZONE A+B (0-60 min):	
Einwohner:	ca. 601.364
Ankünfte:	ca. 1.480.000
Übernachtungen:	ca. 4.916.000
Kaufkraft je EW:	ca. 25.122
Kaufkraftindex (D=100%):	101,3%
ZONE A-C (0-90 min):	
Einwohner:	ca. 1.584.259
Ankünfte:	ca. 5.419.486
Übernachtungen:	ca. 13.651.720
Kaufkraft je EW:	ca. 25.201
Kaufkraftindex (D=100%):	101,6%




Hinweis: Es handelt sich hier um eine kumulative Darstellung, d.h. in der Zone C sind bspw. die Zonen A und B einbezogen

EW: (Einwohner), AK: Ankünfte 2019 (stat. erfasst)

Abb. 4: Bad Neustadt – Einzugsgebiet D. Im Überblick, Quelle: PROJECT M (2024)



2.4 Online Leistungsträgerbefragung

-  **Methode:** schriftliche Online-Befragung
- Befragte:**
Akteure aus den (gesundheits-) touristischen Strukturen sowie den tourismusnahen Bereichen (Regionalentwicklung, Wirtschaftsförderung, Schutzgebiete, Politik, Verwaltung und Verbände)
-  **Laufzeit:** Ende Juli – Mitte August 2023
-  **Vertrieb:** Versand durch Auftraggeber
- Themenschwerpunkte der Befragung:**
 - Einordnung Ihrer Organisation/Institution/Einrichtung
 - Touristisches Produkt und Reismotive
 - Image und Marketing
 - Nachfrage und Gästestruktur
 - Zusammenarbeitsstrukturen und Digitalisierung



Tourismus- und Kurortentwicklungskonzept für Bad Neustadt a.d. Saale

Online-Befragung

Informationen zu der Befragung

Methode: schriftliche Online-Befragung

Befragte:
Akteure aus den (gesundheits-) touristischen Strukturen sowie den tourismusnahen Bereichen (Regionalentwicklung, Wirtschaftsförderung, Schutzgebiete, Politik, Verwaltung und Verbände)

Laufzeit: Ende Juli – Mitte August 2023

Vertrieb: Versand durch Auftraggeber

Ausführung: ca. 15 Minuten

Geschäftsführer:
Dipl.-Kfm. Cornelius Ober

Wissenschaftliche Leitung:
Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack

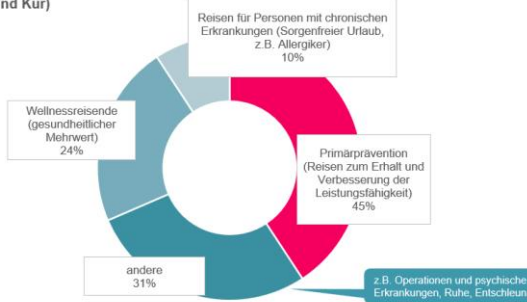
Büro Hamburg
Steenhof 9
20459 Hamburg
Tel. 040 4 19 23 96 0
Fax 040 4 19 23 96 29
hamburg@projectm.de

Büro München
August-Eventing-Straße 25
80571 München
Tel. 089 614 66 08 0
Tel. 089 614 66 08 5
muenchen@projectm.de

Kontakt:
Dipl.-Kfm. / Dipl.-Geogr.
Detlef Jarosch
detlef.jarosch@projectm.de
www.projectm.de

Abb. 5: Struktur Leistungsträger-Online-Befragung, Quelle: PROJECT M (2023)

Hauptanlass für gesundheitsorientierte Gäste (außer Rehabilitation und Kur)



Highlight / Sehenswürdigkeit



Abb. 6: Online-Leistungsträger:innen Befragung, Quelle: PROJECT M (2023)

- Der Hauptanlass für den Besuch von Bad Neustadt a.d. Saale aus gesundheitsorientierten Gründen ist - unabhängig von Reha und Kur - die Primärprävention. Als touristische Highlights bzw. Alleinstellungsmerkmale werden in erster Linie die Salzburg, die Stadtmauer sowie die Innenstadt und das Hohntor genannt.
- Für eine gute Positionierung von Bad Neustadt a.d. Saale eignen sich Angebote mit Stadtidentität/Flair/Atmosphäre am besten, gefolgt von Wellness sowie Kulinarik und Genuss.
- Das beste touristische Produkt von Bad Neustadt a.d. Saale stellt lt. den Befragten die Qualität/ Ausstattung der Veranstaltungsorte für Tagungen dar.
- Der größte Handlungsbedarf (zur weiteren Entwicklung des Tourismus in Bad Neustadt a.d. Saale) besteht in der Angebots- und Produktentwicklung.

Die Ergebnisse der Leistungsträger:innen-Befragung sind in der SWOT-Analyse und der Strategieentwicklung berücksichtigt. Die detaillierten Befragungsergebnisse sind dem Konzept als Anhang beigefügt.



3. SWOT-Analyse

Basierend auf den zentralen Erkenntnissen der Analyseergebnisse ist im Folgenden eine zusammenfassende SWOT-Analyse für Bad Neustadt a.d. Saale aufgeführt. Diese stellt die herausgearbeiteten internen Stärken und Schwächen sowie die einwirkenden externen Chancen und Risiken hervor. Sie ist Grundlage für die Ableitung der Positionierungsstrategie.

Sie bewertet die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken der Destination und bietet die Möglichkeit das gesamte Bild einer Destination darzustellen und weitere konkrete Schritte für eine zukünftige Ausrichtung abzuleiten. Durch den Abgleich der Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken miteinander werden die zu bearbeitenden Schwerpunkte für Bad Neustadt a.d. Saale herausgearbeitet und aus den Ergebnissen Handlungsoptionen mit konkreten Handlungsfeldern abgeleitet. In der Matrix sind die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken für Bad Neustadt a.d. Saale zueinander in Beziehung gesetzt.

		Interne Analyse	
		STÄRKEN	SCHWÄCHEN
Externe Analyse	CHANCEN	<p>Wachsen: Welche internen Stärken können wir durch externe Chancen ausbauen?</p> <ul style="list-style-type: none"> Erweiterung des Gesundheitsangebots durch Erschließung der Heilquellen im/am Triamare Einbindung des Campus bzw. einzelner Partner in gesundheitstouristische Produkte Nutzung der Stadthalle für gesundheitsbezogene größere Veranstaltungen mit überregionaler Strahlkraft Angebotsentwicklung in die Rhön hinein – stärkere Vernetzung mit der Region Entwicklung und Prädikatisierung eines sog. „Kur- und Heilwalds“ als gesundheitstouristisches Angebot am Kurgebiet Ausbau von Rad- und Wanderwegeinfrastruktur in Kooperation mit den übergeordneten Strukturen (Rhön GmbH, Bäderland Bayrische Rhön, ...) 	<p>Weiterentwickeln: Welche externen Chancen können wir nutzen, um interne Schwächen zu reduzieren?</p> <ul style="list-style-type: none"> Erweiterung des Erlebnisareals Altstadt und Triamare, um den Kurpark und Teile des Kurgebiets Zeitgemäße und marktgerechte Entwicklung der kurörtlichen Infrastruktur (Kurpark und Triamare) und stärkere touristische Inwertsetzung Stärkung des Kurgebiets für Übernachtungen und Klinikkooperationen durch Etablierung von naturnahen Übernachtungsmöglichkeiten Ausbau des Gastgewerbes (Beherbergungs- und Gastronomiemöglichkeiten) speziell Hotellerie und Wohnmobilstellplatz sowie) Digitalisierung von Erlebnissen (z.B. Verwendung von VR- oder AR-Elementen, QR-Codes an Attraktionen oder entlang von Wegen)
	RISIKEN	<p>Überwinden: Welche internen Stärken können wir nutzen, um externe Bedrohungen zu minimieren?</p> <ul style="list-style-type: none"> Stärkere Vernetzung des Rhön Campus mit weiteren Gesundheitsanbieter:innen in der Stadt zum Ausbau des Gesundheitsangebotes der Stadt Erschließung des Themenfeldes Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) für die starke lokale/regionale Wirtschaft Ausbau des Kulturprogramms und stärkere touristische Inszenierung Bad Neustadts (Saale) als moderner Kulturstandort Stärkung Bad Neustadts als Wirtschafts- und Industriestandort und attraktiver Lebensraum 	<p>Ausgleichen: Wie können wir interne Schwächen ausgleichen, so dass externe Bedrohungen möglichst gering bleiben?</p> <ul style="list-style-type: none"> Umnutzung des Kurmittelhauses Entwicklung des Kurgebietes als attraktiven Wohn- und Lebensstandort in Verbindung mit der Gesundheitswirtschaft und der kurörtlichen Infrastruktur Attraktive Weiterbildungsangebote für Mitarbeitende in den Gesundheitsbereichen (ggf. in Kooperation mit Rhön Klinikum und Stadthalle)

Abb. 7: SWOT-Analyse Bad Neustadt, Quelle: PROJECT M (2024)

Die SWOT-Analyse bildet zusammenfassend das Fundament für die in Kapitel 4 skizzierte strategische Entwicklung der Stadt Bad Neustadt a.d. Saale. Kernergebnisse der SWOT-Analyse sind auf der nachfolgenden Seite zusammenfassend erläutert.



Ausbau der Stärken auf Basis vorhandener Chancen

Insbesondere im Bereich Gesundheitstourismus besteht für Bad Neustadt a.d. Saale, enormes Potenzial. Um diesen Entwicklungen und Zukunftspotenzialen Rechnung zu tragen und um Bad Neustadt a.d. Saale erfolgreich auch als attraktiven Wohn- und Lebensstandort zu positionieren, bedarf es insofern der Umsetzung einer eindeutigen Positionierung, Inszenierung, sowie der Qualifizierung der Infrastruktur auf Orts- als auch Betriebsebene.

Ein Schlüssel für die strategische Entwicklung der Kurstadt stellt die bessere Erschließung der Heilquellen und Zugänglichkeit am/im Triamare zur Inwertsetzung des Profils und Erlebarmachung des ortsgebundenen Heilmittels dar. Die insgesamt drei Heilquellen des Kurortes sind ein Alleinstellungsmerkmal der Kurstadt, das es zu profilieren und zu inszenieren gilt. Zur stärkeren Vernetzung ist entscheidend, das Rhön Klinikum mit seinem Campus in die Entwicklung gesundheitstouristischer Angebote der Stadt bestmöglich zu integrieren und eine stärkere Vernetzung und Zusammenarbeit in der Stadt zu fördern.

Weiteres Potenzial in der Produktentwicklung bietet die Schaffung und Prädikatisierung eines sog. „Kur- und Heilwaldes“ sowie der gezielte Ausbau der bestehenden Rad- und Wanderwegeinfrastruktur in Kooperation mit den übergeordneten Strukturen. Dies könnte in der Kombination für Bad Neustadt a.d. Saale ein regionales Alleinstellungsmerkmal in der zukünftigen gesundheitstouristischen Entwicklung bilden.

Überwindung der Schwächen auf Basis vorhandener Chancen

Mit einer erlebnis- und bedürfnisgerechte Neuausrichtung und Weiterentwicklung der kurörtlichen Infrastruktur kann Bad Neustadt a.d. Saale den verschiedenen Anspruchsgruppen gerecht werden. Dafür bedarf es, die Kurstadt nach den Maßgaben der Erlebnisraumentwicklung zu profilieren und die Erlebnisareale hin zu einem zusammenhängenden Erlebnisraum zu entwickeln und deren bestmögliche verkehrliche sowie inhaltliche Vernetzung, speziell zwischen Altstadt, Kurpark und Triamare zu erreichen. Damit einhergehend gilt es die gesundheitstouristische Infrastruktur in Wert zu setzen und gezielt, z.B. im (höherwertigen) Übernachtungssegment, zu erweitern.

Hervorhebung von Stärken zum Ausgleich vorhandener Risiken

Die stärkere Vernetzung des Rhön Campus mit weiteren Gesundheitsanbieter:innen in der Stadt zum Ausbau des Gesundheitsangebotes eine Erschließung des Themenfeldes Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) für die starke lokale/regionale Wirtschaft und ein Ausbau des Kulturprogramms sowie eine stärkere touristische Inwertsetzung von Bad Neustadt a.d. Saale als moderner Kulturstandort tragen insgesamt dazu bei sie als Wirtschafts- und Industriestandort und attraktiven Lebensraum weiter zu entwickeln. Dabei ist die Mitnahme und Identifikation aller handelnden Akteure und der Ausbau des Tourismusbewusstseins in Politik, Verwaltung und Bevölkerung sowie die Vermittlung der Bedeutung des Tourismus für den Lebensraum Bad Neustadt mit Umgebung essenziell.

Minimierung der Bedrohungen durch gezielten Ausbau der vorhandenen Stärken

Die Umnutzung des Kurmittelhauses, die Entwicklung des Kurgebietes als attraktiven Wohn- und Lebensstandort in Verbindung mit der Gesundheitswirtschaft sowie die Schaffung von attraktiven Weiterbildungsangeboten für Mitarbeitende in den Gesundheitsbereichen gilt es kurzfristig und systematisch anzugehen, um Bad Neustadt a.d. Saale langfristig als attraktiven Lebens- und Wohnstandort weiter voran zu bringen.

4. Strategieentwicklung für die Kurstadt Bad Neustadt a. d. Saale

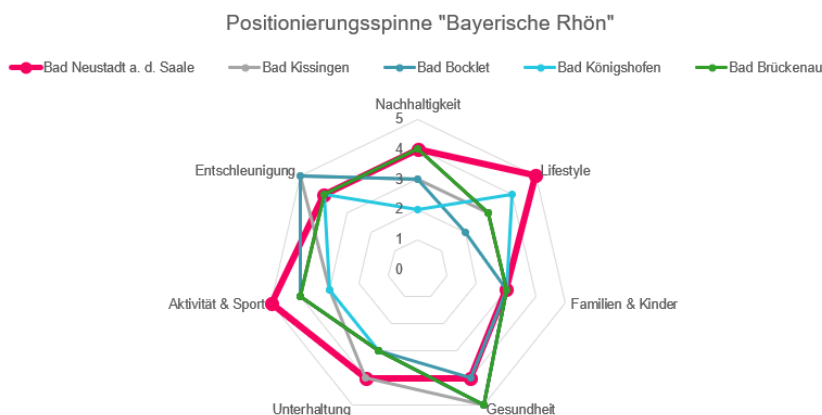
Im Rahmen der Strategieableitung wurden aus den Ergebnissen der Analyse, den Trends und Entwicklungen sowie aus Erfahrungswerten wurde unter Einbindung verschiedenster Akteursgruppen die künftige tourismus- und kurortpolitischen Ausrichtung herausgearbeitet sowie Themen und Zielgruppen für die Kurstadt definiert.

4.1 Positionierung im (Gesundheits-)Tourismus

Eine gezielte Wettbewerbsbetrachtung dient der Ableitung von Potenzialen und Herausforderungen und unterstützt damit die Konzeption der (gesundheits-)touristischen Ausrichtung der Destination. Um sich im Wettbewerb behaupten zu können, ist ein klar wahrnehmbares und gelebtes Profil unverzichtbar. Zur Bestimmung und ersten Interpretation dieser Positionierung von Bad Neustadt a.d. Saale im (Gesundheits-)Tourismus dient der Abgleich mit dem regionalen Wettbewerb im Bäderland Bayerische Rhön als Orientierung und Ausgangspunkt. Die Orte Bad Kissingen, Bad Bocklet, Bad Königshofen sowie Bad Brückenau wurden ebenso wie Bad Neustadt a.d. Saale anhand von ausgewählten Kriterien bewertet und eingeordnet. Anhand einer seitens PROJECT M vorgenommenen Analyse der jeweiligen Positionierungsbeschreibungen sind die jeweiligen Profilspitzen und gesundheitstouristischen Schwerpunkte dargestellt.

In folgender Abbildung ist mithilfe einer aufsteigenden Skala von 0 bis 5 dargestellt, wie stark die jeweiligen Thematiken in den einzelnen Kurorten bespielt werden und im jeweiligen touristischen Konzept integriert sind.

- Bad Neustadt a.d. Saale kann sich innerhalb des Bäderlands im Bereich „**Aktivität & Sport**“ hervorstehend positionieren
- Der urbane Charakter der Kreisstadt bietet Potenzial in der Vermarktung „**Lifestyle**“-**Destination**.
- Damit einher geht, basierend auf den ganzjährigen kulturellen Angeboten, die Positionierung im Bereich „**Unterhaltung**“. Kern ist dabei die Stadthalle, welche als kultureller Treffpunkt und Veranstaltungsort für den gesamten Landkreis anzusehen ist.



Anmerkung: Die Einschätzung basiert auf einer subjektiven Bewertung des PPROJECT M Teams anhand der Analyse der vorhandenen Positionierungsbeschreibungen der einzelnen Kurorte.

Abb. 8: Positionierungsspinne „Bayerische Rhön“, Quelle: PROJECT M (2024)

Für eine spezifische Betrachtung der Positionierung am gesundheitstouristischen Markt dienen vier Zugänge, welche unterschiedliche Voraussetzungen sowie Marktpotenziale aufweisen. Eine Differenzierung findet anhand folgender Einordnung statt:

- „Gesund ohne Indikation“ oder „Betroffene mit Indikation“
- „Urlaub und Reise“ oder „gezielt gesundheitsorientierte Reisen“

Mit dieser Einordnung in der 4-Felder-Matrix können die jeweils für den Ort entsprechenden und relevanten Teilmärkte festgelegt werden.

Die konkreten gesundheitstouristischen Teilmärkte **„Reisen zur Erhaltung und Verbesserung der von Gesundheit und Leistungsfähigkeit“** sowie **„Reisen aus medizinischen Gründen“** weisen ein großes Potenzial für Bad Neustadt a.d. Saale auf. Insbesondere im Kontext des „Reisens zur Erhaltung und Verbesserung von Gesundheit und Leistungsfähigkeiten“ ergänzen sich die aktivitätsbezogenen Angebote von Bad Neustadt a.d. Saale mit Gesundheitsspezifischen. Die Erschließung und Nutzbarmachung der Heilquellen gehen zusätzlich insbesondere mit den „Reisen aus medizinischen Gründen“ einher und bieten somit ebenfalls ein großes Potenzial.

Reisen zur Erhaltung und Verbesserung von Gesundheit und Leistungsfähigkeit neben den Reisen aus medizinischen Gründen im Vordergrund.

Reisemotivation	Gesunde ohne Indikation	Betroffene mit Indikation
Urlaub und Reise	1 Urlaub mit gesunden Mehrwerten Wellness- und Genessurlaube, Aktivurlaube oder „Gesundes Tagen“ etc.	2 Sorgenfreier Urlaub für Personen mit chronischen Erkrankungen, z.B. Allergiker
gezielt gesundheitsorientierte Reisen	3 Reisen zur Erhaltung und Verbesserung von Gesundheit und Leistungsfähigkeit Primärprävention, sportmedizinische Angebote, BGM / BGF etc.	4 Reisen aus medizinischen Gründen Sekundär- und Tertiärprävention, Rehabilitation, Heilung

Abb. 9: Einschätzung PROJECT M, Quelle: PROJECT M (2024)

Um Mehrwerte für den Gast zu schaffen, bedarf es, ein Verständnis für den Gast zu entwickeln und zielgerichtet auf seine Herausforderungen, Wünsche und Bedürfnisse eingehen. Aus diesem Grund sind für die Positionierungsstrategie in Ergänzung zu den gesundheitstouristischen Reisemotiven die Kernzielgruppen der Bad Neustadts a.d. Saale definiert.

Die theoretische Grundlage dafür bieten die sogenannten Sinus-Milieus, welche seitens des Sinus Institutes erstellt, und dafür genutzt werden, die Gesellschaft ganzheitlich nach sich ähnelnder Werthaltung und Lebensstil einzuordnen. Im übertragenen Sinne ist ein Milieu eine „Gruppe Gleichgesinnter“, die sich in Lebensauffassung und Lebensweise ähneln.



Abb. 10: Zielgruppensegmentation anhand der Sinus-Milieus, Quelle: Sinus-Institut (2021)

Ausgehend von der Zielgruppendefinition basierend auf den Sinus-Milieus, ist die relevante und zu fokussierende Kernzielgruppe für Bad Neustadt a.d. Saale die „**Adaptiv Pragmatische Mitte**“. Ergänzend dazu sind das „**Postmaterielle Milieu**“ (Fokus: Selbstzahlende Gesundheitsreisende) sowie das „**Nostalgisch-Bürgerliche Milieu**“ (Fokus: Patient:innen und Begleitpersonen des Campus) als weitere relevante Zielgruppen anzusehen. In folgender Abbildung sind die Kernzielgruppen für Bad Neustadt a.d. Saale in blauer Schraffur verortet.

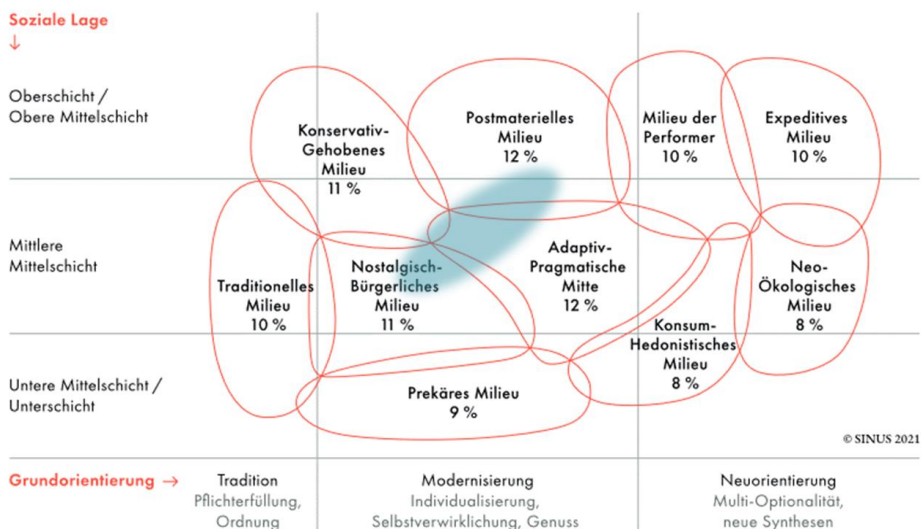


Abb. 11: Einordnung der Zielgruppen Bad Neustadts anhand der Sinus-Milieus, Quelle: Sinus-Institut (2021); PROJECT M (2024)

Kurzvorstellung der Milieus:

Adaptiv-Pragmatische Mitte:

- Anpassungs- und Leistungsbereitschaft, Nützlichkeitsdenken, aber auch Wunsch nach Spaß und Unterhaltung
- Starkes Bedürfnis nach Verankerung und Zugehörigkeit
- Wachsende Unzufriedenheit und Verunsicherung aufgrund der gesellschaftlichen Entwicklung
- Selbstbild als flexible Pragmatiker



Abb. 12: Adaptiv-Pragmatische Mitte, Quelle: Sinus Institut (2024)

Postmaterielles Milieu:

- Selbstbestimmung und -entfaltung sowie auch Gemeinwohlorientierung
- Verfechter von Post-Wachstum, Nachhaltigkeit, diskriminierungsfreien Verhältnissen und Diversität
- Selbstbild als gesellschaftliches Korrektiv



Abb. 13: Adaptiv-Pragmatische Mitte, Quelle: Sinus Institut (2024)

Nostalgisch-Bürgerliches Milieu

- Wunsch nach gesicherten Verhältnissen und einem angemessenen Status
- Selbstbild als Mitte der Gesellschaft, aber wachsende Überforderung und Abstiegsängste
- Gefühlter Verlust gelernter Regeln und Gewissheiten
- Sehnsucht nach alten Zeiten



Abb. 14: Adaptiv-Pragmatische Mitte, Quelle: Sinus Institut (2024)

Die Bedürfnisse der für Bad Neustadt a.d. Saale definierten Zielgruppen haben in vielerlei Hinsicht einen Einfluss auf das (gesundheits-)touristische Angebot und können als Grundlage für die kurörtliche Ausrichtung und Profilbildung betrachtet werden. In diesem Kontext sowie unter Beachtung der herausgearbeiteten Stärken der Kurstadt wurden die Alleinstellungsmerkmale sowie Profilierungsspitzen im Folgenden ausgearbeitet.

4.2 Alleinstellungsmerkmale im Tourismus

Um sich erfolgreich am Markt zu positionieren und sich in der Wettbewerbsstruktur des Bäderlandes Bayerische Rhön durchzusetzen, muss identifiziert werden, welche Produkte oder Angebote das größte Potenzial haben. Basierend auf der vorangegangenen Positionsbestimmung für Bad Neustadt a.d. Saale sowie der Wettbewerbsanalyse sind nachfolgend die elementaren Profilierungspotenziale dargestellt und in saisonaler Trennung veranschaulicht. Konkret wird pyramidenförmig aufgebaut gezeigt, welche herausgearbeiteten starken Profilierungspotenziale Bad Neustadt a.d. Saale aufweist. Insbesondere die vorhandenen Stärken der Kurstadt, wie die Verfügbarkeit von insgesamt 3 Heilquellen, das Sport- und Erlebnisbad „Triamare“, das Angebot an Naturaktivitäten und –Erlebnissen sowie städtisches Erlebnis stellen wichtige Profilspitzen dar und bieten hohes Potenzial für eine ganzjährige starke und wettbewerbsfähige Profilierung. Die Heilquellen und deren Nutzbarmachung bietet hohes Potenzial zur Differenzierung im Wettbewerb und für eine nachhaltige Positionierung am speziell gesundheitstouristischen Markt.

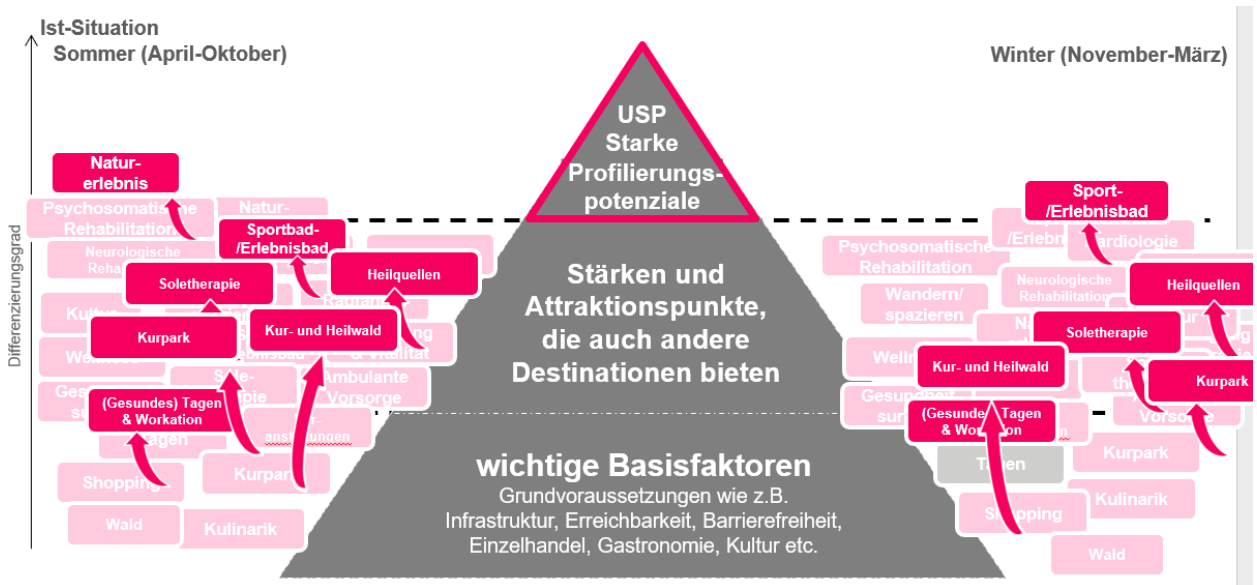


Abb. 15: Alleinstellungsmerkmale im Tourismus, Quelle: PROJECT M (2024)

Für Bad Neustadt a.d. Saale gilt es insofern, die dargestellten Besonderheiten des vorhandenen Angebots deutlicher hervorzuheben, die veranschaulichten Profilierungspotenziale durch Kombination der Stärken aufzubauen, um somit ein zielgerichtetes (gesundheits-)touristisches Angebot für Einheimische und Gäste zu kreieren und erfolgreich an den Markt zu bringen.

4.3 Vision & Mission

Um sich am (gesundheits)touristischen Markt deutlich sichtbar zu platzieren und zu verankern, ist ein klares Profil entsprechend der Kompetenzen, Besonderheiten und Alleinstellungsmerkmale entscheidend. Mit einem starken Profil sollen die Stärken der Stadt aufgegriffen werden und beim Gast den Wunsch wecken, die Kurstadt Bad Neustadt a.d. Saale zu besuchen. Beide, Vision und Mission, sind nach innen gerichtet, wirken aber auch in einem hohen Maß nach außen und tragen dazu bei in kommunikativ übertragener Form, das Profil und die Werte Bad Neustadts a.d. Saale zu vermitteln.



Abb. 16: Vision, Mission & Werte, Quelle: PROJECT M (2024)

Die **Vision** beschreibt dabei das **anvisierte Zukunftsbild als „höchste zukünftige Wirklichkeit“**, die durch die Umsetzung des Tourismus- und Kurortentwicklungskonzeptes erreicht werden soll. Kernpunkt der Vision ist die Etablierung von Bad Neustadt a.d. Saale als Gesundheitsstadt und der damit einhergehenden Integration der drei vorhandenen Heilquellen. Ergänzend dazu steht die Entwicklung eines naturverbundenen Zentrums für Einheimische und Gäste im Vordergrund. Die Vision umfasst die Verschmelzung von gelebter Tradition und modernen urbanen Attraktionen in Bad Neustadt a.d. Saale. Die historische Altstadt mit dem Marktplatz und dem Hohntor repräsentiert die bewahrten Traditionen, während die neue Stadthalle als kultureller Treffpunkt und Veranstaltungsort überregionale Bedeutung gewinnt.

Die gemeinsam entwickelte Vision für Bad Neustadt a.d. Saale lautet:

Bad Neustadt ist die Gesundheitsstadt der drei Heilquellen zwischen Moderne und Geschichte. Wir schaffen ein lebendiges und naturverbundenes Zentrum für Einheimische und Gäste.





Um das **Erreichen der Vision** sicherstellen zu können, dient die ausgearbeitete **Mission**. Diese beschreibt den Weg, wie die übergeordnete Vision im kollektiven Miteinander erreicht werden kann. Sie dient zugleich als Orientierung für das gemeinsame Handeln aller Akteursgruppen in Bad Neustadt a.d. Saale.

Durch die Weiterentwicklung der kurörtlichen Infrastruktur, einschließlich der Nutzung der Heilquellen und der Aufwertung des Kurparks, sowie der Förderung der Gesundheitswirtschaft wird ein attraktiver Wohn- und Lebensstandort für Einheimische geschaffen. Diese Umsetzungen zielen darauf ab, die Lebensqualität zu erhöhen und Bad Neustadt a.d. Saale zugleich als Gesundheitsstandort im Wettbewerb zu stärken. Damit geht die Errichtung und Weiterentwicklung eines für den Gast wahrnehmbaren Erlebnisraumes einher, welcher als elementarer Bestandteil und Zentrum des lebendigen und naturnahen Kurortes dienen soll.

Die gemeinsam entwickelte Mission für Bad Neustadt a.d. Saale lautet:

Wir schaffen durch die Weiterentwicklung der kurörtlichen Infrastruktur in Verbindung mit der Gesundheitswirtschaft einen attraktiven Wohn- und Lebensstandort für Einheimische sowie einen wahrnehmbaren Erlebnisraum für unsere Gäste.



4.4 Werte

In gemeinsamen Dialog mit der prozessbegleitenden Lenkungsgruppe wurden neben der Vision und Mission die Werte formuliert.

Die Charaktermerkmale von Bad Neustadt a. d. Saale zeigen auf, wie die grundlegenden Werte der Stadt sowie die touristischen Profilbildung beschrieben werden kann. Sie geben die entscheidende Orientierung für die Stadt sowie ihre Partner:innen und Leistungsträger:innen wider.

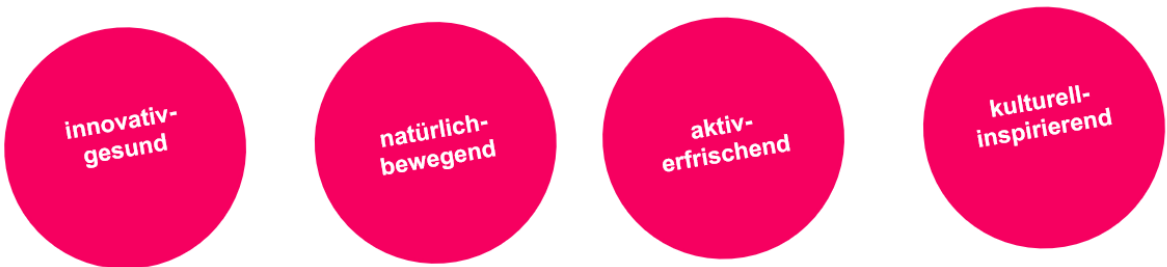




Es gilt, die folgend aufgeführten Werte in der Stadt sichtbar und erlebbar zu implementieren und in der touristischen Ausrichtung zu verankern. Dies bedeutet, die Charaktermerkmale zukünftig entlang der gesamten „Gästereise“ (Customer Journey“) von der Inspiration über die Informationsphase bis zum Gästelerlebnis vor Ort an persönlichen Kontaktpunkten und im Servicedesign spürbar und erlebbar zu gestalten und so für eine möglichst langfristig angelegte Gästebindung zu sorgen.

Folgend sind die Wortpaare, welche bewusst geclustert sowie als auch einzeln stehend den passenden Charaktermerkmalen von Bad Neustadt a.d. Saale entsprechen, aufgeführt. Das Wortpaar „**innovativ- und gesund**“ spiegelt die modernen Elemente der Stadt wider, welche mit der (gesundheits)touristischen Infrastruktur und Angeboten verknüpft werden. Aufgrund des naturnahen Freizeitangebotes, u.a. durch den neu angelegten Stadtwanderweg oder die Allianz-Radwege lassen sich die Werte „**natürlich-bewegend**“ dem touristischen Angebot Bad Neustadts a.d. Saale zuordnen. Das Charaktermerkmal „**aktiv-erfrischend**“ zahlt neben dem erläuterten aktiven Freizeitangebot insbesondere auf das Profilthema „Wasser“ und „Heilwasser“ ein und integriert dadurch auch das Angebot des Triamare in die Profilbildung der Stadt. Der urbane Charakter der Stadt wird durch das vielfältige und ganzjährige Kulturangebot wiedergegeben und in dem Charaktermerkmal „**kulturell-inspirierend**“ ausgedrückt.

Charaktermerkmale: „Werte“ von Bad Neustadt



... die Werte gilt es zukünftig in der Inspiration und an allen Kontaktpunkten spürbar und im Service- und Erlebnisdesign erlebbar zu machen.

Abb. 17: Charaktermerkmale: „Werte“ von Bad Neustadt, Quelle: PROJECT M (2024)



4.5 Entwicklung des Erlebnisraums

Veränderte Rahmenbedingungen und der moderne gesundheitstouristische Markt stellen neue Anforderungen an Heilbäder und Kurorte, die im Wesentlichen eine erlebnis- und bedürfnisgerechte Neuausrichtung der kurörtlichen Infrastruktur erforderlich machen.

Rahmenbedingungen und Anforderungen an die künftige Ausrichtung des bestehenden Kurgiebts:

- Im Altort Mühlbach sowie im Kurbereich Bad Neuhaus sind städtebauliche Gesamtmaßnahmen zur (weiteren) Aufwertung durch die Stadt Bad Neustadt a.d. Saale beabsichtigt
- Im Eigentum der Rhön-Kliniken stehendes Kurmittelhaus: erfolgte Schließung und bis auf Weiteres besteht keine Nachnutzungsperspektive – Alternativen sind zu prüfen (Standort und Gebäude)
- Unsicherheit über den Fortbestand der bestehenden Pflegefachschulen am Standort, da die Verlagerung Richtung Campus angedacht ist
- Die psychosomatische Klinik am Kurpark gilt als sehr moderne und etablierte Einrichtung außerhalb des Campus
- Schlosshotel Bad Neustadt als etabliertes hochwertiges Übernachtungsangebot
- Der Kurpark und die Heilmittelnutzung (Heilquellen) sind für die Reprädikatisierung vorzuweisen
- Die Heilquellen sollen im Kurpark deutlich besser erlebbar gemacht werden

Übergreifend ist somit eine Positionierung notwendig als

- (Gesundheits-)Kompetenzzentrum mit eindeutig wahrnehmbarem und gelebten Profil durch gezielte Standortentwicklung und gezieltes -management & -marketing
- Versorgungszentrum für das Umland bzw. den Verflechtungsbereich im ländlichen Raum mit Vorhalten wesentlicher Angebote der Grunddaseinsvorsorge

Dementsprechend sind „Kurorte der Zukunft“ zugleich als „gesunde Urlaubs- und Aufenthaltsorte“ für Gäste und Patient:innen sowie als „gesunde Wohn-, Lebens- und Wirtschaftsstandorte“ für Bevölkerung und Unternehmen zu entwickeln. Die aufgeführten Marktveränderungen, Rahmenbedingungen und Anforderungen der verschiedenen Anspruchsgruppen der Heilbäder und Kurorte führen zu einem erheblichen Veränderungsdruck, speziell mit Blick auf die kurörtliche Infrastruktur.



Grundlagen der Erlebnisraumplanung: Methodik und Zielsetzungen

Die Summe an Produkten und Angeboten einer Destination, die aus Gastsicht sowohl ein thematisch als auch optisch konsistentes Areal definieren, bezeichnet man als Erlebnisraum. Zu den Bestandteilen gehören neben dem Erlebnisraum auch untergeordnete Erlebnisareale, Ein- & Ausgänge, Ankerattraktionen, dezentrale Attraktionen wie Einrichtungen oder Parks sowie Achsen, Knoten und Verbindungen.

In einer ganzheitlichen Systematisierung ruft ein Erlebnisraum bei seinen Nutzenden Emotionen hervor und bietet profilbezogene Erlebnisse.

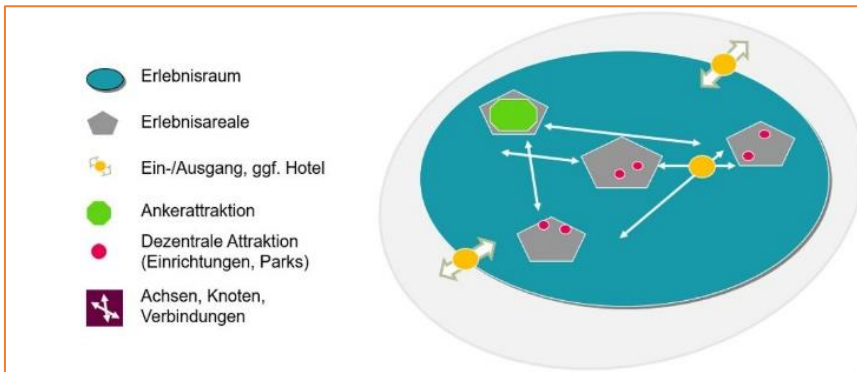


Abb. 18: Skizze: Erlebnisraumplanung, Quelle: PROJECT M (2024)

Konkretes Ziel des Erlebnisraumdesigns ist somit, ein zusammenhängendes Erlebnisareal herauszuarbeiten und dessen bestmögliche verkehrliche sowie inhaltliche Vernetzung zu erreichen. Gleichzeitig gilt es, eine Aufwertung und Profilierung der einzelnen Areale sicherzustellen und sie zusammenfassend zu einem schlüssigen und greifbaren Erlebnisraum zu entwickeln. Übergeordnetes Ziel ist somit die Aufwertung, Profilierung und auch Verknüpfung (inhaltlich und verkehrlich) der Areale zu einem schlüssigen und attraktiven Erlebnisraum.

Ausgangssituation

Die nachfolgende schematische Darstellung stellt die Ausgangssituation der Kurstadt Bad Neustadt a.d. Saale dar. Ankerattraktionen bilden der im Herzen der Altstadt gelegene Marktplatz, das Hohntor, das Triamare sowie die exponiert gelegene Salzburg und der eher solitär gelegene Campus der Rhön Kliniken. Die drei (gesundheits-)touristischen Areale, Altstadt, Kurviertel und Campus wirken gegenwärtig als eigenständige Erlebnisareale und besitzen keine wahrnehmbare Verknüpfung untereinander.

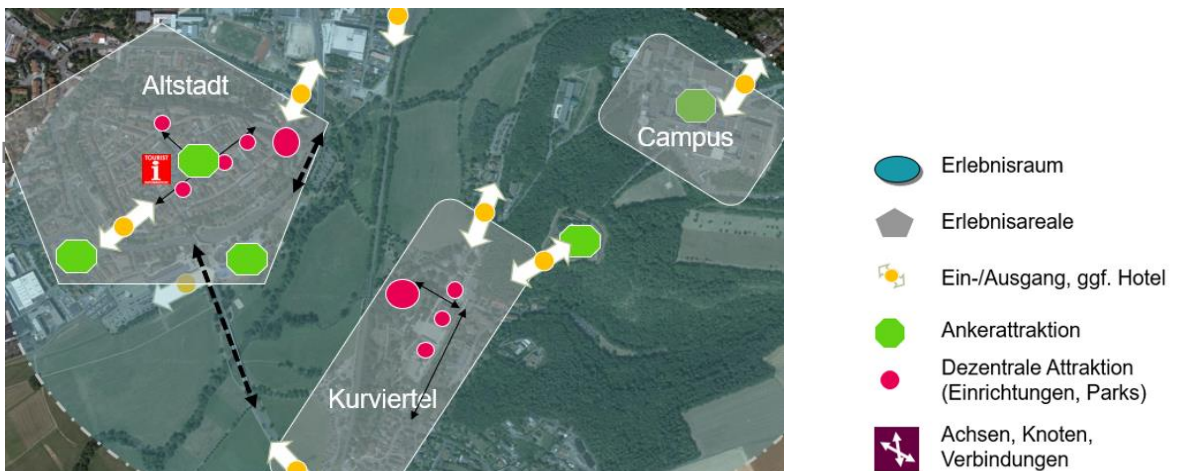


Abb. 19: Erlebnisareale in Bad Neustadt a.d. Saale, Quelle: PROJECT M (2024)



Um einen thematisch als auch optisch konsistenten Erlebnisraum zu entwickeln, ist es erforderlich für Bad Neustadt a.d. Saale ein ganzheitliches „Altstadt plus“-Gebiet als Erlebnisareal für Einheimische und Gäste zu gestalten. Die historische Altstadt Bad Neustadts und das Kurggebiet sollen dazu als ein zusammengehöriges Areal betrachtet werden, welches es in Anlehnung an die Profilbildung Bad Neustadts in Wert zu setzen gilt. Ausgehend von der Positionierung als naturnahe Gesundheitsstadt zwischen Moderne und Tradition gilt es, die Verbindung zwischen der historischen Altstadt sowie den (gesundheits-)touristischen Angeboten herzustellen.



Abb. 20: Erlebnisraumplanung in „Altstadt Plus“, Quelle: PROJECT M (2024)

Strategischer Ansatz: „Altstadt Plus“ als übergreifendes (gesundheits-)touristisches Erlebnisareal für Einheimische und Gäste und mit Eingliederung des Kurgiebts sowie Aufwertung durch inhaltliche und verkehrliche Verknüpfung der Areale zu einem schlüssigen Erlebnisraum

Insbesondere im Kurggebiet wird anhand von Freizeit-, Kultur, Erholungs- und Gesundheitsangeboten für Einheimische und Gäste ein Bedeutungswandel angestrebt, ein attraktives Lebens- und Begegnungsareal zu entwickeln.

Insbesondere eine geplante Nutzbar- und Erlebarmachung der im Kurpark gelegenen Karl-Theodor Quelle sowie die angedachte Errichtung eines Gradierwerkes, ergänzen die Inwertsetzung des gesamten Arealles und haben das Potenzial, das ProfiltHEMA „Heilwasser“ inmitten des Erlebnisraumes deutlich besser zu verankern.

Um eine stärkere Verknüpfung zwischen Altstadt und Kurggebiet zu gewährleisten, können der Flusslehrpfad sowie der neu eröffnete Stadtwanderweg genutzt werden. Diese verbinden durch die angelegte Wegeföhrung, welche sich an den touristischen Ankerattraktionen orientiert, die bisher eher separat wahrgenommenen Areale.

Die Entwicklung des Erlebnisraums ist weiterhin an folgende **Voraussetzungen** geknüpft:

- Erweiterung in Richtung Kurpark und Kurgebiet durch die Saalewiesen, mit dem künftig (gesundheits)touristischen Standort Triamare als Verbindung
 - Modernisierung und Erweiterung des Triamare um gesundheitstouristische Angebote
 - attraktive Wegebeziehungen und Mobilitätsunterstützung zur Überbrückung der Entfernungen zu Fuß und per Fahrrad
 - Städtebauliche Aufwertung des Kurgebietes, Nutzungen der vorhandenen und zu erwartenden Leerstände (Kurhaus, Pflegeschule), Schaffung weiterer gastgewerbliche Angebote zur Steigerung der Verweilqualität
 - Thematischer Einbezug der vorhandenen Quellstandorte sowie das übergreifende ProfiltHEMA „Heilwasser“
- Die städtebauliche (Weiter)Entwicklung des Kurgebiets ist damit Grundvoraussetzung für weitere Investitionen sowie die touristische Aufwertung des Kurgebietes durch Ausbau u.a. Gastgewerbe, speziell naturnaher Übernachtungstourismus.
- Der Erlebnisraum soll damit zukünftig als Impulsgeber für die qualitative Stadtentwicklung und für die Inwertsetzung des Gesundheitstourismus in Bad Neustadt a.d. Saale dienen.

Die weiteren Schritte der Erlebnisraumplanung sind in diesem Ergebnisbericht in der Maßnahme 3.3 berücksichtigt.

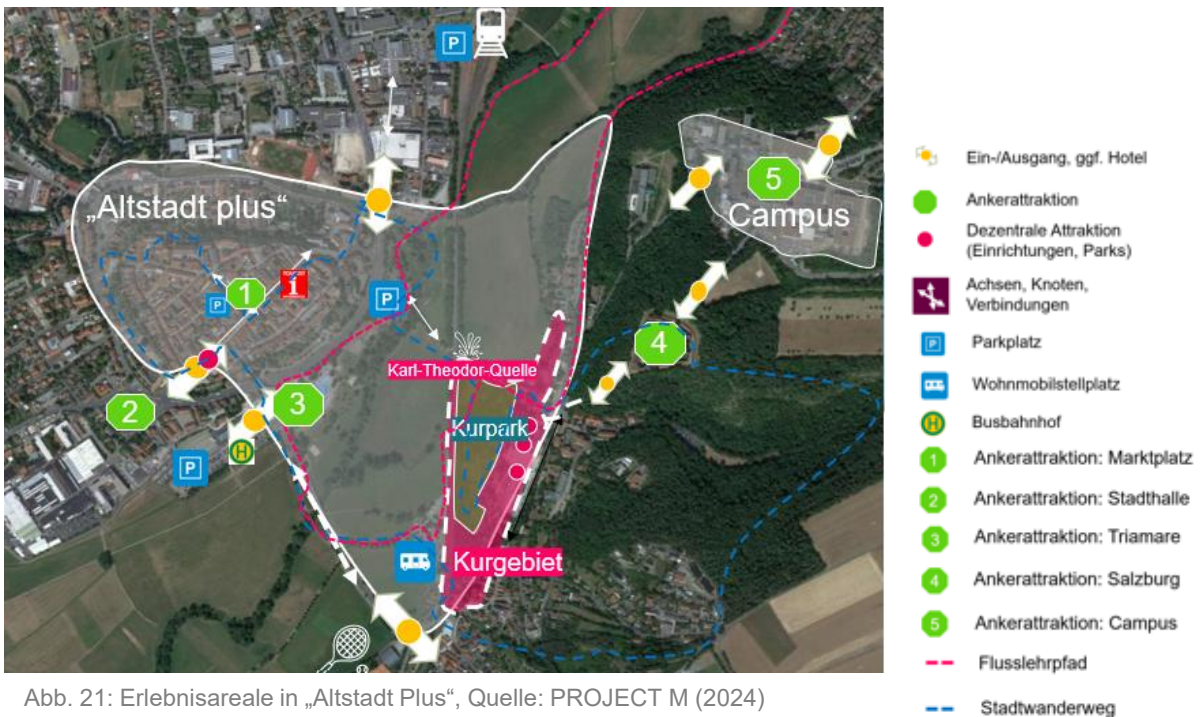


Abb. 21: Erlebnisareale in „Altstadt Plus“, Quelle: PROJECT M (2024)



5. Umsetzungsfahrplan und Handlungsprogramm

Um eine zielgerichtete Umsetzung des Tourismus- und Kuortentwicklungskonzepts für Bad Neustadt a.d. Saale zu gewährleisten und zugleich die definierten Zielsetzungen zu erreichen, ist eine strategische Umsetzungsplanung elementar. Diese ist im Folgenden aufgeführt und anhand der erarbeiteten Handlungsfelder mit dazugehörigen (Schlüssel) Maßnahmen dargestellt.

5.1 Strategische Entwicklung und Handlungsfelder

Mit den Leitlinien als Grundlage und abgeleitet aus den kategorisierten Herausforderungen, wurden die folgenden vier strategische Handlungsfelder zur Inwertsetzung und Erlebarmachung des (gesundheits-) touristischen Profil von Bad Neustadt a.d. Saale.

- **Strukturen und Finanzierung**
- **Profil, Marke & Marketing**
- **Produkte & Angebote**
- **Infrastruktur & Mobilität**

Die Querschnittsthemen Nachhaltigkeit und Klimaschutz, Digitalisierung, Barrierefreiheit und Qualität und Qualifizierung sind ebenfalls wichtig und sind konsequent zu berücksichtigen.

Handlungs- bereiche Quersch nitts- themen	STRUKTUREN & FINANZIERUNG	PROFIL, MARKE & MARKETING	PRODUKTE & ANGEBOTE	(GESUNDHEITS-) TOURISTISCHE INFRASTRUKTUR
DIGITALISIERUNG BARRIEREFREIHEIT QUALITÄT & QUALIFIZIERUNG NACHHALTIGKEIT	Organisation	Themen & Prädikate	Profilierende Produkte	Basisinfrastruktur (Mobilität / Wegeinfrastruktur)
	Finanzierung	Zielgruppen	Profilstützende Produkte	Suprastruktur (Beherbergung, Kliniken, Gastro, Einzelhandel)
	Vernetzung, Kooperation & Identifikation	Kommunikation & Vermarktung	Ergänzende Produkte	Erholungs- & Gesundheitsinfrastruktur

Abb. 22: Strategische Entwicklung und Handlungsfelder, Quelle: PROJECT M (2024)

Durch die im Prozess durchgeführten Lenkungsgruppensitzungen sowie durch zwei gemeinsame Zukunftswerkstätten mit den interessierten Leistungsanbieter:innen und Entscheidungsträger:innen der Stadt wurden konkrete Maßnahmen zu den jeweiligen Handlungsfeldern erarbeitet. Die insgesamt 40 entwickelten und den vier Handlungsfeldern zugeordneten Maßnahmen sind im folgenden Kapitel 5.2 tabellarisch aufgelistet. Die jeweils oben aufgeführten und markierten Schlüsselmaßnahmen werden anschließend im Rahmen des Umsetzungsfahrplans nochmals jeweils detailliert als Datenblatt aufgeführt.



5.2 Maßnahmenkatalog

Nr.	Maßnahme
1.1	Einführung eines Kurbeitrags im Abgleich mit den anderen Orten im Bäderland Bayerische Rhön
1.2	Organisationskonzept und Umsetzung zur stärkeren Verknüpfung der Geschäftsfelder Tourismus, Stadthallenmanagement (im Kulturbereich) und Kulturamt
1.3	Investoren- und Betreibergewinnung für weitere profilstärkende Übernachtungs-, Gastronomie- und Gesundheitsangebote im Stadtgebiet
1.4	Ausbau des Tourismus-Marketing mit professioneller Produktentwicklung
1.5	Ausbau der Kooperation mit dem Bäderland Bayerische Rhön und Sponsoring für Events / Veranstaltungen
1.6	Aufbau von Anbieternetzwerken mit Partnern im Gesundheitsbereich/ Campus, im Kulturbereich sowie Kultur- und Stadterlebnis, mit einer digitalen Kooperationsplattform
1.7	Regelmäßige Evaluation mit den Leistungsträger:innen und der Bevölkerung zur Schaffung von Identifikation und Bewusstsein für den Tourismus
1.8	Gezielte Einbindung und Information der Bevölkerung bei größeren touristisch-relevanten Vorhaben
1.9	Durchführung von regelmäßigen Gäste- und Leistungsträger:innenbefragungen als Controlling-Grundlage

Abb. 23: Maßnahmenplanung: Handlungsfeld 1: Strukturen & Finanzierung, Quelle: PROJECT M (2024)

Nr.	Maßnahme
2.1	Umsetzung der touristischen Profilentwicklung im Abgleich mit den anderen Orten des Bäderlandes Bayerische Rhön und Sicherung des Prädikates – Integration der Themen Wasser, speziell Heilwasser sowie der Identifikationsfiguren
2.2	Profilbildung und Positionierung im modernen Gesundheitstourismus mit Konkretisierung der Zielgruppen und Definition der Ansprüche von Selbstzahlenden
2.3	Entwicklung eines zentral gelegenen Welcome Centers in Bad Neustadt als Repräsentanz der Marke und Aufzeigen der Geschichte
2.4	Etablieren der Leitzielgruppen mit zielgruppengerechtem Marketing unter Identifikation und Verwendung relevanter Kommunikationskanäle und -botschaften
2.5	Marketing- und Vertriebskonzept mit Kommunikationskonzept sowie Vermarktung von Produkten und Packages über Netzwerkpartner und Verbände
2.6	Aufbau und Umsetzung eines kontinuierlichen Monitorings der Maßnahmen
2.7	Unterstützung der Leistungsträger:innen in der Online-Sicht- und Buchbarkeit
2.8	Thema Barrierefreiheit in Kommunikationsmittel integrieren

Abb. 24: Maßnahmenplanung: Handlungsfeld 2: Profil, Marke & Marketing, Quelle: PROJECT M (2024)



Nr.	Maßnahme
3.1	(Gesundheits-)Touristische Angebots- und Produktentwicklung durch externe Begleitung (Potentialermittlung, (Mehr-)Tagesangebote und klarer Zielgruppenbezug)
3.2	Aufbau der Themenfelder „Prävention & Vitalität“, „Natur-Aktiv-“ und „Städteerlebnis“ mit konkreten buchbaren Produkten und Angeboten
3.3	Konkretisierung der Erlebnisraumentwicklung mit geeigneten Maßnahmen zur Erweiterung und Profilierung des Erlebnisareals Altstadt auf das Kurgebiet unter Einbeziehung des Kurparks und der Quellstandorte
3.4	Konzeption zum Aufbau eines Kur- und Heilwalds im Umfeld des Kurgebiets mit Unterstützung durch den BHV und Einbindung der Klinik, insb. für psychosomatische Patient:innen
3.5	Inwertsetzung vorhandener Wege durch Themenwege, Infotainment und Erlebnisstationen (haptisch und digital) sowie Optimierung der Besucherlenkung im Erlebnisraum
3.6	Digitalisierung von Erlebnissen (VR/AR/QR-Codes)
3.7	Qualitätsoffensive Gastgewerbe zur Bestandssicherung und zum Ausbau speziell in den Bereichen Hotellerie, Ferienwohnungen und Gastronomie
3.8	Attraktivierung und Inszenierung von Wegeverbindungen z.B. Skater-Park, Ausschilderung von Saale-Rundwegen, Attraktionen zw. WoMo-Platz und Triamare
3.9	Installation einer Datenbank aller Leistungsträger
3.10	Ausbau von (digitalen) Erlebnisstationen / touristische Inszenierung entlang der Rad- und Wanderwege (Allianzradwege & Stadtwanderweg)

Abb. 25: Maßnahmenplanung: Handlungsfeld 3: Produkte & Angebote, Quelle: PROJECT M (2024)



Nr.	Maßnahme
4.1	Modernisierungskonzept für das Triamare unter Einbeziehung eines modernen Kurmittelhauses zur Nutzung der Heilquellen und Umsetzung der Profilierung mit Prüfung von Fördermitteln auf Basis einer Vorkonzeption
4.2	Minigolf-Anlage an der Karl-Theodor Quelle (Pachtvertrag, Digitale Lösung unter der Woche in Verbindung mit Kioskbetrieb an Wochenenden)
4.3	Entwicklung eines Gradierwerks im Kurpark zur Erlebarmachung der Karl-Theodor Quelle
4.4	Umsetzung der vorliegenden Überplanung des Bahnhofsareals inkl. der Verkehrsführung unter Einbindung einer inszenierten Wegeverbindung in die Altstadt zur Besuchendenlenkung
4.5	Umsetzung der Konzeption zur Inwertsetzung des Fronhofes in der Altstadt
4.6	Attraktivierung vorhandener Kneipp-Anlage mit Wassererlebnis im Kurpark, Entwicklung eines Barfußrundwegs
4.7	Ausbau des WoMo-Stellplatzes mit Sanitärgebäude zur Verlängerung der Aufenthaltsdauer und Ansprache weiterer Zielgruppen
4.9	(Weiter-) Entwicklung thematischer Rad- und Wanderwegeinfrastruktur
4.10	Erweiterung des Kinder- und Familienangebots in der Saaleaue durch z.B. Kinderradweg und Pump-Track
4.11	Naturnahe Übernachtungsmöglichkeiten im Kurgebiet bzw. angrenzend im Waldgebiet
4.12	Shuttle-Bus zwischen Innenstadt, Bahnhof und WoMo-Platz
4.13	Qualitätsoffensive im Gastgewerbe

Abb. 26: Maßnahmenplanung: Handlungsfeld 4: Infrastruktur & Mobilität, Quelle: PROJECT M (2024)



5.3 Umsetzungsfahrplan und Schlüsselmaßnahmen

Ausgehend von den entwickelten Maßnahmen wurden in enger Abstimmung mit den Teilnehmenden der Lenkungsgruppe die Schlüsselmaßnahmen der jeweiligen Handlungsfelder abgeleitet. Als Schlüsselmaßnahmen werden die Projekte bezeichnet, die entscheidende Impulse und Wirkungseffekte für den Umsetzungsprozess leisten. Diese müssen einen erheblichen Beitrag zum Erreichen der Ziele des erarbeiteten Tourismus- und Kurortentwicklungskonzeptes für Bad Neustadt a.d. Saale leisten. Erfolg und Wirksamkeit einer Schlüsselmaßnahme müssen definierbar sein und später gemessen sowie bewertet werden können. Anhand dieser Definition der Schlüsselmaßnahmen sind in Zusammenarbeit mit der Stadt Bad Neustadt a.d. Saale sowie mit den Teilnehmenden der Lenkungsgruppensitzung insgesamt **15 Schlüsselmaßnahmen** inhaltlich und organisatorisch ausgearbeitet worden. Um diese konkret in den Prozess sowie in die langfristige Ausrichtung und Positionierung von Bad Neustadt a.d. Saale einzugliedern, ist ein Umsetzungsfahrplan mit den zu den jeweiligen Handlungsfeldern zugeordneten Schlüsselmaßnahmen sowie deren Umsetzungsdauer erstellt worden. Insgesamt wurden folgende 15 Schlüsselmaßnahmen festgelegt und inhaltlich sowie hinsichtlich Zuständigkeit und Fristen definiert:

- SP Einführung eines Kurbeitrages
- SP Schaffung eines Organisationskonzeptes zur stärkeren Verknüpfung der Geschäftsfelder Tourismus, Stadthallenmanagement und Kulturamt
- SP Investoren- und Betreibergewinnung
- SP Umsetzung der touristischen Profilentwicklung und Abgleich mit weiteren Orten des Bäderlandes Bayerische Rhön sowie Sicherung des Prädikates
- SP Profilbildung und Positionierung im modernen Gesundheitstourismus mit Konkretisierung der Zielgruppen
- SP Errichtung eines zentral gelegenen Welcome-Centers
- SP Entwicklung (Gesundheits)touristischer Angebote und Produkte durch externe Begleitung
- SP Aufbau der Themenfelder „Prävention & Vitalität“, „Natur-Aktiv-“ und „Städteerlebnis“ mit konkreten buchbaren Produkten und Angeboten
- SP Aufbau eines Kur- und Heilwaldes
- SP Konkretisierung der Erlebnisraumentwicklung
- SP Modernisierungskonzept für das Triamare unter Einbeziehung eines modernen Kurmittelhauses
- SP Errichten einer Minigolf-Anlage im Kurpark
- SP Entwicklung eines Gradierwerkes im Kurpark zur Erlebbarmachung der Karl-Theodor Quelle
- SP Umsetzung der vorliegenden Überplanung des Bahnhofareals
- SP Umsetzung der Konzeption zur Inwertsetzung des Fronhofes
(zu beachten: Weiterführung am 05.05.2024 durch Bürgerentscheid gestoppt)



Um wichtige Impulse für die langfristige Optimierung und Ausrichtung des Tourismus in Bad Neustadt a.d. Saale zu geben und die weitere Aktivierung und Mitnahme aller beteiligten Akteure sicherzustellen, wird der Umsetzungsbeginn bewusst zeitnah angesetzt.

In folgender Abbildung ist der Umsetzungsfahrplan der jeweiligen Schlüsselmaßnahmen aufgeführt und entsprechend den Handlungsfeldern zugeordnet. Grundlegend gilt es, auf dem standort- und positionsbestimmenden Tourismus- und Kurortentwicklungskonzept mit konkreten Schlüsselmaßnahmen zeitnah in die Umsetzung zu gelangen.

Schlüsselmaßnahmen												
Einführung eines Kurbeitrags im Abgleich mit den anderen Orten im Bäderland Bayerische Rhön												
Organisationskonzept und Umsetzung zur stärkeren Verknüpfung der Geschäftsfelder Tourismus, Stadthallenmanagement (im Kulturbereich) und Kulturamt												
Investoren- und Betreibergewinnung für weitere profilstärkende Übernachtungs-, Gastronomie- und Gesundheitsangebote im Stadtgebiet												
Umsetzung der touristischen Profilentwicklung im Abgleich mit den anderen Orten des Bäderlandes Bayerische Rhön und Sicherung des Prädikates – Integration der Themen Wasser, speziell Heilwasser sowie der Identifikationsfiguren												
Profilbildung und Positionierung im modernen Gesundheitstourismus mit Konkretisierung der Zielgruppen und Definition der Ansprüche von Selbstzahlenden												
Entwicklung eines zentral gelegenen Welcome Centers in Bad Neustadt als Repräsentanz der Marke und Aufzeigen der Geschichte												
(Gesundheits-)Touristische Angebots- und Produktentwicklung durch externe Begleitung (Potentialermittlung, (Mehr-)Tagesangebote und klarer Zielgruppenbezug)												
Aufbau der Themenfelder „Prävention & Vitalität“, „Natur-Aktiv-“ und „Städteerlebnis“ mit konkreten buchbaren Produkten und Angeboten												
Aufbau und Zertifizierung eines Kur- und Heilwaldes												
Konkretisierung der Erlebnisraumentwicklung mit geeigneten Maßnahmen zur Erweiterung und Profilierung des Erlebnisareals Altstadt auf das Kurgebiet unter Einbeziehung des Kurparks und der Quellstandorte												
Modernisierungskonzept für das Triamare unter Einbeziehung eines modernen Kurmittelhauses zur Nutzung der Heilquellen und Umsetzung der Profilierung mit Prüfung von Fördermitteln auf Basis einer Vorkonzeption												
Minigolf-Anlage an der Karl-Theodor Quelle (Pachtvertrag, Digitale Lösung)												
Entwicklung eines Gradierwerks im Kurpark zur Erlebbarmachung der Karl-Theodor Quelle												
Umsetzung der vorliegenden Überplanung des Bahnhofsareals inkl. der Verkehrsführung unter Einbindung einer inszenierten Wegeverbindung in die Altstadt zur Besuchendenlenkung												
Umsetzung der Konzeption zur Inwertsetzung des Fronhofes in der Altstadt												
Quartal	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Jahr	2024				2025				2026			

Abb. 27: Umsetzungsfahrplan der Schlüsselmaßnahmen für Bad Neustadt a. d. Saale, Quelle: PROJECT M (2024)

Ergänzend zum Umsetzungsfahrplan wurden in jeweiligen Steckbriefen die Schlüsselmaßnahmen detailliert ausgearbeitet und abschließend aufgeführt (s. nachfolgende Seiten).



HF 1 Strukturen und Finanzierung

HF 2

HF 3

HF 4

Einführung eines Kurbeitrags im Abgleich mit den anderen Orten im Bäderland Bayerische Rhön

Erläuterung	Wer?	Meilensteine	Zeithorizont
<ul style="list-style-type: none"> Einführung eines Kurbeitrages zur Reinvestition in die touristische und kurörtliche Infrastruktur und Erweiterung sowie Instandhaltung der öffentlichen Einrichtungen 	<p>Partner /Treiber</p> <ul style="list-style-type: none"> Freistaat Bayern Stadt Bad Neustadt a.d. Saale <p>Weitere Akteure</p> <ul style="list-style-type: none"> Bäderland Bayerische Rhön Hoteliere und Vermieter 	<ul style="list-style-type: none"> Erstellung und Beschluss einer Satzung über die Erhebung von Kurbeiträgen Festlegung der Höhe des Kurbeitrags; Abstimmung mit dem Bäderland Bayerische Rhön und den umliegenden Kurorten Vereinbarung eines Verfahrens über die Erhebung des Kurbeitrages Einführung einer Kurkarte Einführung eines digitalen Kur- und Gästekartensystems Koordination der Kurtaxe zwischen Hoteliere, Vermietenden und Stadtverwaltung 	<p>Start: Q3 2024</p>

Abb. 28: Handlungsfeld 1: Strukturen & Finanzierung (1), Quelle: PROJECT M (2024)

HF 1 Strukturen und Finanzierung

HF 2

HF 3

HF 4

Organisationskonzept und Umsetzung zur stärkeren Verknüpfung der Geschäftsfelder Tourismus, Stadthallenmanagement (im Kulturbereich) und Kulturamt

Erläuterung	Wer?	Meilensteine	Zeithorizont
<ul style="list-style-type: none"> Organisationskonzept als Basis für die zukünftigen Strukturen und die Zusammenarbeit zwischen Tourismus, Stadthallenmanagement und Kulturamt sowie den relevanten Leistungsträger:innen 	<p>Partner /Treiber</p> <ul style="list-style-type: none"> Stadt Bad Neustadt a.d. Saale Tourismus & Stadtmarketing Bad Neustadt GmbH <p>Weitere Akteure</p> <ul style="list-style-type: none"> Verwaltung Externer Partner 	<ul style="list-style-type: none"> Aufgabendefinition, -abgrenzung und -zuordnung unter Berücksichtigung aktueller und künftiger Schwerpunkte Einbindung eines externen Partners Festlegung der Zuständigkeitsbereiche Beschluss des Stadtrates zur Umsetzung Anpassung und regelmäßige Durchführung des systematischen Monitorings und Controllings 	<p>Start: Q3 2024</p>

Abb. 29: Handlungsfeld 1: Strukturen & Finanzierung (2), Quelle: PROJECT M (2024)



HF 1 Strukturen und Finanzierung

HF 2

HF 3

HF 4

Investoren- und Betreibergewinnung für weitere profilstärkende Übernachtungs-, Gastronomie- und Gesundheitsangebote im Stadtgebiet

Erläuterung	Wer?	Meilensteine	Zeithorizont
<ul style="list-style-type: none"> Prüfung der Möglichkeit zur Schaffung weiterer profilstärkender Gastronomie- und Gesundheitsangebote gezielte Ansprache von geeigneten Investoren für die Umsetzung 	<p>Partner /Treiber</p> <ul style="list-style-type: none"> Stadt Bad Neustadt <p>Weitere Akteure</p> <ul style="list-style-type: none"> Stadtbauamt Investoren 	<ul style="list-style-type: none"> Fokussierte Erfassung und Bewertung der IST-Situation hinsichtlich Beherbergungsstruktur (Masterplan Beherbergung) Ermittlung und Bewertung des zukünftigen Beherbergungsbedarfes Bewertung potenzieller Flächen und Grundstücke Entwicklung eines Exposés zur gezielten Ansprache der Investoren Vermarktungsstrategie zur Gewinnung geeigneter Betreiber und Investoren Qualifizierte Investoren- und Betreiberliste; Ableitung von Anforderungen an das Nutzungskonzept Gespräche mit Bauamt und ggf. Eigentümer:innen 	<p>Start: Q1 2025</p>

Abb. 30: Handlungsfeld 1: Strukturen & Finanzierung (3), Quelle: PROJECT M (2024)

HF 1

HF 2 Profil, Marke und Marketing

HF 3

HF 4

Profilbildung und Positionierung im modernen Gesundheitstourismus mit Konkretisierung der Zielgruppen und Definition der Ansprüche von Selbstzahlenden

Erläuterung	Wer?	Meilensteine	Zeithorizont
<ul style="list-style-type: none"> Konkretisierung der Kernzielgruppen der Adaptiv-Pragmatischen Mitte, Postmaterielles Milieu und des Nostalgisch-bürgerlichen Milieus mit Fokus u.a. auf der Gesundheitsprävention 	<p>Partner /Treiber</p> <ul style="list-style-type: none"> Tourismus & Stadtmarketing Bad Neustadt GmbH Stadt Bad Neustadt <p>Weitere Akteure</p> <ul style="list-style-type: none"> Rhön Klinikum / Campus Leistungsträger:innen Gesundheitsdienstleister Kurärztin 	<ul style="list-style-type: none"> Präzisierung des Profils hinsichtlich der Gesundheitsmatrix und damit verbundener Anforderungen an die spätere Produktentwicklung Ableiten einer konkreten Zielgruppenansprache und einheitlichem Markenauftritt im modernen Gesundheitstourismus Workbook für die Leistungsträger:innen als Handreichung für die Umsetzung Netzwerkaufbau (Datenbank) geeigneter gesundheitstouristischer Leistungsträger:innen Integration der relevanten Partner:innen und Leistungsträger:innen für eine gesamtheitliche Positionierung und einheitliche Umsetzung 	<p>Start: Q3 / 2024 und fortlaufend</p>

Abb. 31: Handlungsfeld 2: Profil, Marke & Marketing (1), Quelle: PROJECT M (2024)



HF 1

HF 2 Profil, Marke und Marketing

HF 3

HF 4

Umsetzung der touristischen Profilentwicklung im Abgleich mit den anderen Orten des Bäderlandes Bayerische Rhön und Sicherung des Prädikates – Integration der Themen Wasser, speziell Heilwasser sowie der Identifikationsfiguren

Erläuterung	Wer?	Meilensteine	Zeithorizont
<ul style="list-style-type: none"> Umsetzung des Profils von Bad Neustadt insgesamt und in den Leitthemen Aktivität & Sport sowie Lifestyle in Abgrenzung zu anderen Orten des Bäderlandes Integration des Profiltitels „Wasser und Heilquellen“ sowie Berücksichtigung in der touristischen Profilentwicklung 	<p>Partner /Treiber</p> <ul style="list-style-type: none"> Stadt Bad Neustadt Tourismus- und Stadtmarketing Bad Neustadt <p>Weitere Akteure</p> <ul style="list-style-type: none"> Leistungsträger:innen Tourismus und Gesundheit Kurärztin Bäderland Bayerische Rhön 	<ul style="list-style-type: none"> Konkretisierung Profil und Leitthemen als Basis eines Vermarktungskonzeptes Vernetzte, aufeinander abgestimmte Marketing-, und Mediaplanung inkl. Budgetplanung Entwicklung eines operativen Marketingplans und jährliche Fortschreibung in Abstimmung mit dem Bäderland Bayerische Rhön Vermarktung des Profiltitels „Heilwasser“ unter Berücksichtigung der touristischen Profilentwicklung Vermittlung des Profiltitels „Heilwasser“ gegenüber den Einheimischen Aufbau eines Storytellings zum Thema Heilwasser (Integration der eigenen traditionellen Geschichte zur Nutzung von Heilquellen in Bad Neustadt a. d. Saale) 	<p>Start: Q4 2024</p>

Abb. 32: Handlungsfeld 2: Profil, Marke & Marketing (2), Quelle: PROJECT M (2024)

HF 1

HF 2 Profil, Marke und Marketing

HF 3

HF 4

Entwicklung eines zentral gelegenen Welcome Centers in Bad Neustadt als Repräsentanz der Marke und Aufzeigen der Geschichte

Erläuterung	Wer?	Meilensteine	Zeithorizont
<ul style="list-style-type: none"> Modernes Welcome Center als Identifikationspunkt, Markenbild und Landmark sowie Treffpunkt für Gäste und Einheimische an einem zentralen Ort in der Stadt 	<p>Partner /Treiber</p> <ul style="list-style-type: none"> Tourismus und Stadtmarketing Rhön GmbH Stadt Bad Neustadt 	<ul style="list-style-type: none"> Konzepterstellung zur zukünftigen Besucherlenkung mit Welcome Centers als zentrale Anlaufstelle mit Raumplanung und Standortanforderungen Festlegung eines zentralen Standorts (Idee: Tor zur Altstadt, Optionen: Standort ZOB / Triamare) Ergänzung durch digitale Tools und Apps, wie Welcome Säulen an den Eingängen und Knotenpunkten des Erlebnisraums Bad Neustadt Betriebs- und Finanzierungskonzept Beschluss des Stadtrates Gegebenenfalls Gestaltungswettbewerb 	<p>Start: Q4 2024</p>

Abb. 33: Handlungsfeld 2: Profil, Marke & Marketing (3), Quelle: PROJECT M (2024)





HF 1

HF 2

HF 3 Produkte und Angebote

HF 4

Aufbau der Themenfelder „Prävention & Vitalität“, „Natur-Aktiv-“ und „Städteerlebnis“ mit konkreten buchbaren Produkten und Angeboten

Erläuterung	Wer?	Meilensteine	Zeithorizont
<ul style="list-style-type: none"> Entwicklung von Produkten und Angeboten entsprechend der Themenfelder „Prävention & Vitalität“, „Natur-Aktiv-“ und „Städteerlebnis“ Profilschwerpunkte Bad Neustadt als Basis für die Produktentwicklung 	<p>Partner /Treiber</p> <ul style="list-style-type: none"> Tourismus & Stadtmarketing Bad Neustadt GmbH <p>Weitere Akteure</p> <ul style="list-style-type: none"> Leistungsanbieter:innen Bäderland Bayerische Rhön Gesundes Bayern Tourismus Marketing GmbH Begleitende Agentur 	<ul style="list-style-type: none"> Definition der Kernleistungen zum Erreichen des Kundennutzens Klärung der Schlüsselressourcen und Infrastrukturen für die Produkte Erstellung eines Produktentwicklungsleitfadens unter Berücksichtigung der Leitzielgruppen zur Stärkung der einheitlichen Außenwahrnehmung der Stadt Einbindung der Kooperationspartner bzw. strategischer Partner für die Produktentwicklung Ausarbeitung von individuell zusammenstellbaren Angebotspaketen in Zusammenarbeit mit den Leistungsträger:innen Erstellung der Vermarktungsreife für die einzelnen Produkte 	<p>Start: Q3 / 2024</p>

Abb. 34: Handlungsfeld 3: Produkte & Angebote (1), Quelle: PROJECT M (2024)

HF 1

HF 2

HF 3 Produkte und Angebote

HF 4

(Gesundheits-)Touristische Angebots- und Produktentwicklung durch externe Begleitung (Potentialermittlung, (Mehr-)Tagesangebote und klarer Zielgruppenbezug)

Erläuterung	Wer?	Meilensteine	Zeithorizont
<ul style="list-style-type: none"> Produktentwicklung im Einklang mit den definierten Zielgruppen nach Sinus unter Einbindung von Leistungsträger:innen Zu beachten: Basis bildet die Maßnahme zur Profilbildung und Positionierung im modernen Gesundheitstourismus Ableitung von Tages-, Mehrtagesangeboten unter Einbindung der Akteure vor Ort 	<p>Partner /Treiber</p> <ul style="list-style-type: none"> Tourismus & Stadtmarketing Bad Neustadt GmbH <p>Weitere Akteure</p> <ul style="list-style-type: none"> Leistungsträger:innen Bäderland Bayerische Rhön Gesundes Bayern Tourismus Marketing GmbH 	<ul style="list-style-type: none"> Identifikation von konkreten vorhandenen Angeboten in Hinblick auf die angestrebte Vision, das Profil und die Zielgruppe Identifikation von ggf. fehlenden Angeboten in Hinblick auf die angestrebte Vision, das Profil und die Zielgruppe Berücksichtigung der Anforderungen potenzieller Vermarktungspartner auf Regions- und Landesebene Ausarbeitung von individuell zusammenstellbaren Angebotspaketen durch Entwicklung neuer, individueller Partnernetzwerke / Angebote entlang der Customer Journey Erstellung eines Produktentwicklungsleitfadens unter Berücksichtigung der Leitzielgruppen zur Stärkung der einheitlichen Außenwahrnehmung der Stadt in den Profithemen 	<p>Start: Q4 2024</p>

Abb. 35: Handlungsfeld 3: Produkte & Angebote (2), Quelle: PROJECT M (2024)





HF 1

HF 2

HF 3 Produkte und Angebote

HF 4

Aufbau und Zertifizierung eines Kur- und Heilwaldes (1/2)

Erläuterung	Wer?	Meilensteine	Zeithorizont
<ul style="list-style-type: none"> Entwicklung und Zertifizierung eines Kur- und Heilwaldes zur Ergänzung des Waldes als Raum für Gesundheit und Ergänzung der bisherigen traditionellen natürlichen Ressourcen wie das Heilwasser 	<p>Partner /Treiber</p> <ul style="list-style-type: none"> Stadt Bad Neustadt Tourismus & Stadtmarketing Bad Neustadt GmbH <p>Weitere Akteure</p> <ul style="list-style-type: none"> Bayerischer Heilbäderverband psychosomatische Klinik, Saaletalklinik, Badeärztin, Klinik Neumühle, Institut Zukunftsforschung für Pädagogik 	<ul style="list-style-type: none"> Kontaktaufnahme bei dem Bayerischen Heilbäder-Verband zur Einholung aller notwendigen Informationen Suche geeigneter Waldareale Kontaktaufnahme mit den Waldeigentümern Voranalyse Waldflächen und Eignungsprüfung der Waldareale anhand eines festgelegten Kriterien-Sets der Zertifizierungsstelle Kur- und Heilwald am Kompetenzzentrum für Waldmedizin und Naturtherapie Festlegung von Nutzungsbereichen und Aktivitätszonen Konzeption gesundheitsfördernder und präventiver Maßnahmen <p>... siehe nächste Seite</p>	<p>Start: Q2 2024</p>

Abb. 36: Handlungsfeld 3: Produkte & Angebote (3), Quelle: PROJECT M (2024)

HF 1

HF 2

HF 3 Produkte und Angebote

HF 4

Aufbau und Zertifizierung eines Kur- und Heilwaldes (2/2)

Erläuterung	Wer?	Meilensteine	Zeithorizont
<ul style="list-style-type: none"> Entwicklung und Zertifizierung eines Kur- und Heilwaldes zur Ergänzung des Waldes als Raum für Gesundheit und Ergänzung der bisherigen traditionellen natürlichen Ressourcen wie das Heilwasser 	<p>Partner /Treiber</p> <ul style="list-style-type: none"> Stadt Bad Neustadt Tourismus & Stadtmarketing Bad Neustadt GmbH <p>Weitere Akteure</p> <ul style="list-style-type: none"> Bayerischer Heilbäderverband psychosomatische Klinik, Saaletalklinik, Badeärztin, Klinik Neumühle, Institut Zukunftsforschung für Pädagogik 	<p>... Fortsetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> Eignungsprüfung der Waldareale anhand eines festgelegten Kriterien-Sets Einreichung der notwendigen Unterlagen bei der Zertifizierungsstelle Kur- und Heilwald am Kompetenzzentrum für Waldmedizin und Naturtherapie Beauftragung eines qualifizierten Waldgutachtens nach BayKK KuH (Kriterienkatalog Kur- und Heilwälder) Weiterbildung von qualifiziertem Fachpersonal (Wald-Therapeut:innen zur Umsetzung der Maßnahmen) 	<p>Start: Q2 2024</p>

Abb. 37: Handlungsfeld 3: Produkte & Angebote (4), Quelle: PROJECT M (2024)





Konkretisierung der Erlebnisraumentwicklung mit geeigneten Maßnahmen zur Erweiterung und Profilierung des Erlebnisareals Altstadt auf das Kurgebiet unter Einbeziehung des Kurparks und der Quellstandorte

Erläuterung	Wer?	Meilensteine	Zeithorizont
<ul style="list-style-type: none"> Entwicklung eines wahrnehmbaren Erlebnisraumes für Einheimische und Gäste zur systematischen Erlebarmachung der Qualitäten Bad Neustadts entlang der Customer Journey 	<p>Partner /Treiber</p> <ul style="list-style-type: none"> Stadt Bad Neustadt Tourismus & Stadtmarketing Bad Neustadt GmbH <p>Weitere Akteure</p> <ul style="list-style-type: none"> Rhön Klinikum / Campus Schlosshotel Triamare Erlebnisbad 	<ul style="list-style-type: none"> Zusammenfassende Standort-, Markt- und Potenzialanalyse Kurgebiet, inkl. SWOT mit Ableitung Herausforderungen und Chancen Erarbeitung einer räumlichen Gesamtausrichtung als inhaltlichen Gestaltungsrahmen auf Basis der künftigen Positionierung der Stadt Sammlung von Nutzungsideen für einzelne Teilbereiche (Kurgebiet, Altstadt, etc.) Ableitung von Maßnahmen zu einzelnen Teilgebieten / Gebäuden sowie der Verbindungselemente zum Standort Triamare, Campus und Innenstadt 	<p>Start: Q4 2024</p>

Abb. 38: Handlungsfeld 3: Produkte & Angebote (5), Quelle: PROJECT M (2024)



Modernisierungskonzept für das Triamare unter Einbeziehung eines modernen Kurmittelhauses zur Nutzung der Heilquellen und Umsetzung der Profilierung mit Prüfung von Fördermitteln auf Basis einer Vorkonzeption

Erläuterung	Wer?	Meilensteine	Zeithorizont
<ul style="list-style-type: none"> Erstellung Modernisierungskonzept mit klarem Profil und Herausarbeiten eines Alleinstellungsmerkmals unter Nutzung der Heilquellen Inwertsetzung der Flächenpotenziale und Schaffung von Therapie- und Wellnessangeboten als Ersatz für das Kurmittelhaus Optimierung der energetischen Situation 	<p>Partner /Treiber</p> <ul style="list-style-type: none"> Stadt Bad Neustadt Stadtwerke Bad Neustadt Tourismus & Stadtmarketing Bad Neustadt GmbH <p>Weitere Akteure</p> <ul style="list-style-type: none"> Begleitende Agentur 	<ul style="list-style-type: none"> Konkretisierung der Zielstellung für die Zukunft des Triamare inkl. der Aufgaben und Funktionen (Kurmittelhaus-Funktion etc.) Zukunftswerkstatt zum Triamare unter Einbezug der Partner:innen Entwicklung eines Zukunftskonzeptes zur Modernisierung des Triamare unter Einbindung der Nutzung der Heilquellen (Trinkausschank – „Heilquellen-Lounge“, separates Kurmittelhaus, etc.) <ul style="list-style-type: none"> Ausrichtung & Profil, Themen und Zielgruppen Raum- und Funktionskonzept Investitionskosten- und Finanzierung Betrieb und Wirtschaftlichkeit ... 	<p>Start: Q2 2024</p>

Abb. 39: Handlungsfeld 4: Infrastruktur & Mobilität (1), Quelle: PROJECT M (2024)



HF 1 HF 2 HF 3 **HF 4 Infrastruktur und Mobilität**

Minigolf-Anlage an der Karl-Theodor Quelle (Pachtvertrag, Digitale Lösung)

Erläuterung	Wer?	Meilensteine	Zeithorizont
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Errichtung der Minigolf-Anlage im Erlebnisraum mit integriertem Kioskbetrieb ▪ Nutzung von digitalen Lösungen (Apps), um den Betrieb der Anlage unter der Woche ohne Personalaufwand betreiben zu können. 	<p>Partner /Treiber</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Stadt Bad Neustadt ▪ Tourismus & Stadtmarketing Bad Neustadt GmbH ▪ Rhön-Klinikum <p>Weitere Akteure</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Betriebspartner 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Standort-Alternativenprüfung (Bahnhofsareal, Jugendzentrum) und Festlegung ▪ Sicherung der Nutzung des Grundstücks ▪ Entwicklung eines Konzeptes zur Errichtung und Bewirtschaftung einer Minigolf-Anlage mit integrierter digitaler Lösung für den Betrieb ▪ Genehmigung und Finanzierung ▪ Verpachtung der Anlage an eigenständigen Betreiber 	<p>Start: Q2 / 2025 und fortlaufend</p>

Abb. 40: Handlungsfeld 4: Infrastruktur & Mobilität (2), Quelle: PROJECT M (2024)

HF 1 HF 2 HF 3 **HF 4 Infrastruktur und Mobilität**

Entwicklung eines Gradierwerks im Kurpark zur Erlebarmachung der Karl-Theodor Quelle

Erläuterung	Wer?	Meilensteine	Zeithorizont
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Errichten des Gradierwerks zur Inszenierung der Heilquelle und Integration des Profilthemas Heilwasser über den Erlebnisraum ▪ Nutzarmachung der Karl-Theodor-Quelle und Wiederaufnahme des Profilthemas Heilwasser 	<p>Partner /Treiber</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Stadt Bad Neustadt ▪ Tourismus & Stadtmarketing Bad Neustadt GmbH ▪ Rhön-Klinikum <p>Weitere Akteure</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Architekturbüro 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sicherung der Nutzung des Grundstücks ▪ Entwicklung eines Konzeptes für das Gradierwerk unter Nutzarmachung der Karl-Theodor-Quelle (Beachtung Hochwasserschutz und Barrierefreiheit) ▪ Übertragung des Konzeptes auf den vordefinierten Standort ▪ Finanzierungskonzept und Prüfung von Fördermitteln ▪ Fördermittelantrag ▪ Beschluss und Antragsstellung ▪ Gegebenenfalls Gestaltungswettbewerb ▪ Beginn der Umsetzung 	<p>Start: Q2 2025</p>

Abb. 41: Handlungsfeld 4: Infrastruktur & Mobilität (3), Quelle: PROJECT M (2024)



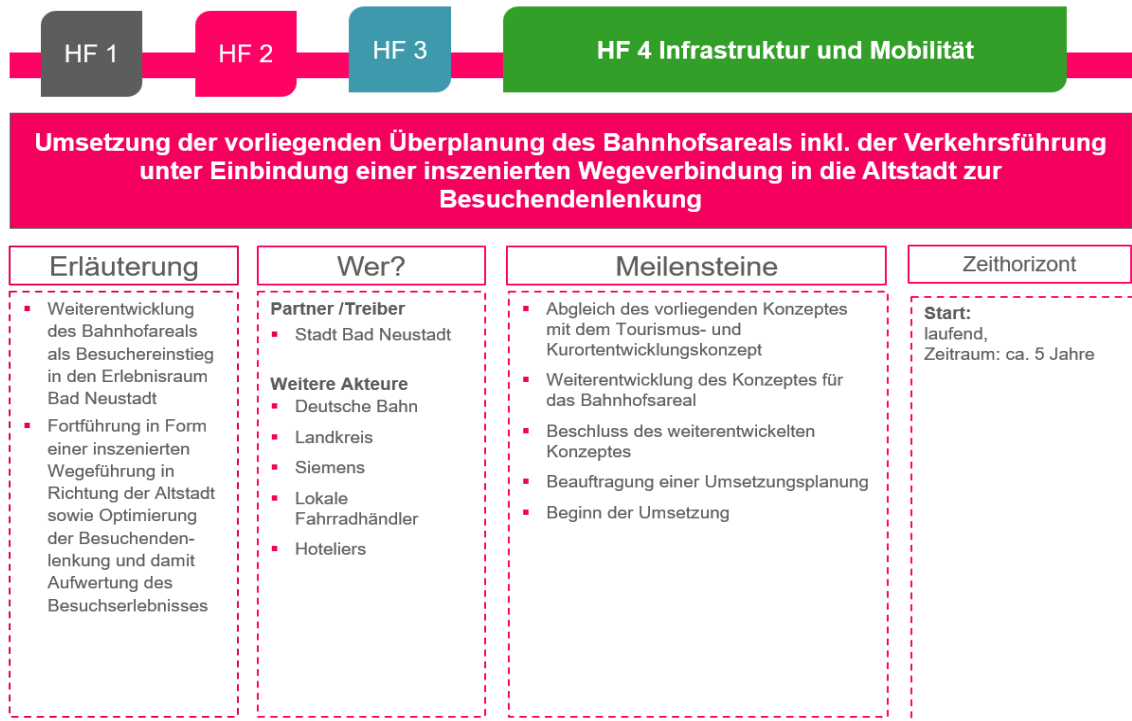


Abb. 42: Handlungsfeld 4: Infrastruktur & Mobilität (4), Quelle: PROJECT M (2024)

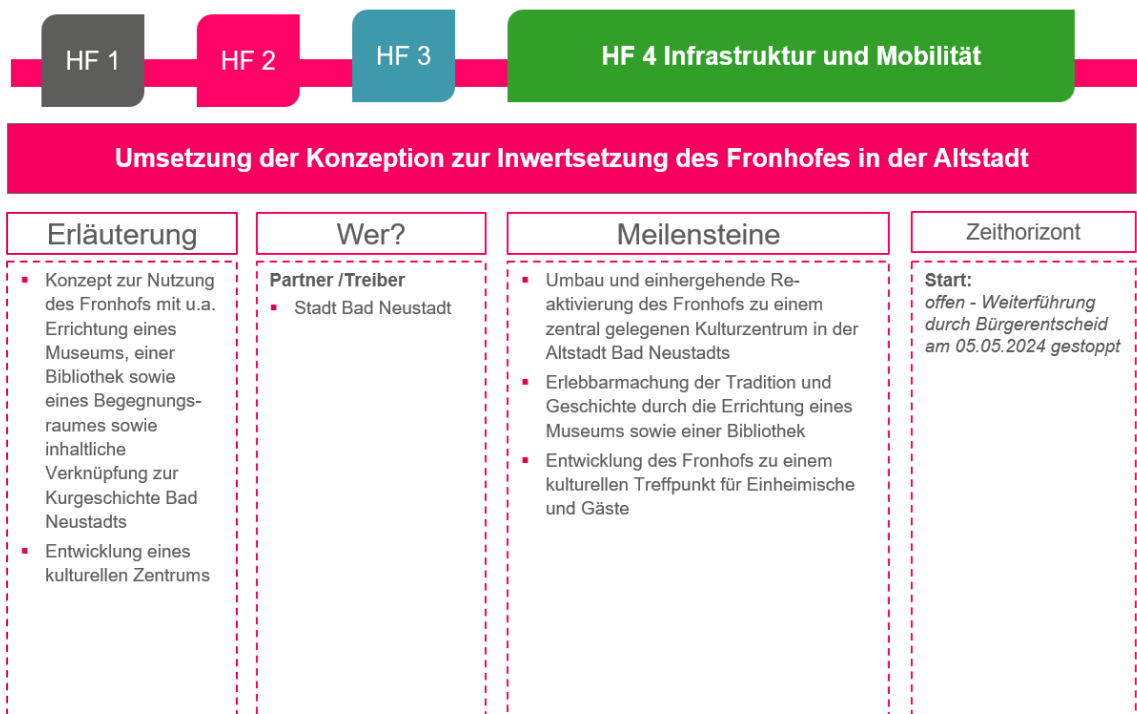


Abb. 43: Handlungsfeld 4: Infrastruktur & Mobilität (5), Quelle: PROJECT M (2024)

6. Empfehlung zum weiteren Vorgehen

Das Tourismus- und Kurortentwicklungskonzept für Bad Neustadt a.d. Saale ist als Basis sowie Handlungsleitfaden anzusehen und veranschaulicht das Entwicklungspotenzial und die Positionierungsstrategie im (Gesundheits)Tourismus. Wesentlicher Bestandteil davon sind konkrete Schlüsselprojekte mit weitergehenden Empfehlungen.

Als wesentliche Notwendigkeit wird der Erhalt und die langfristige Sicherung des Heilbadstatus betrachtet. Damit geht insbesondere die im Konzept als Schlüsselmaßnahme aufgeführte Nutzbarmachung der Heilquellen einher. Diese gilt es in Verbindung mit der Modernisierung und Weiterentwicklung des Triamare sicherzustellen.

Als wesentlich für die zukünftige Entwicklung von Bad Neustadt a.d. Saale wird auch die Konkretisierung des Erlebnisraumes angesehen, welche die Grundlage und Ausrichtung für eine übergreifende städtebauliche Entwicklung der Stadt darstellt. Eine Erweiterung und schärfere Profilierung des Erlebnisareals „Altstadt plus“ auf das Kurgebiet, mit Einbindung des Triamares und der Quellstandorte ist unbedingt anzugehen.

Wesentlich ist in diesem Zusammenhang sowie in der generellen weiteren Vorgehensweise die weitere gezielte Einbindung lokaler Leistungsträger:innen und Anspruchsgruppen. Eine höchstmögliche Akzeptanz ist für den Umsetzungsprozess essenziell.

Schematisch ist der zukünftige strategische Weg für Bad Neustadt a.d. Saale in folgender Abbildung dargestellt. Untergliedert in drei Schritte gilt es in begonnener Zusammenarbeit und Dialogkultur das Profil weiter zu verankern und daraus konkrete Angebote zu entwickeln und zielgruppengerecht zu kommunizieren und zu vermarkten.

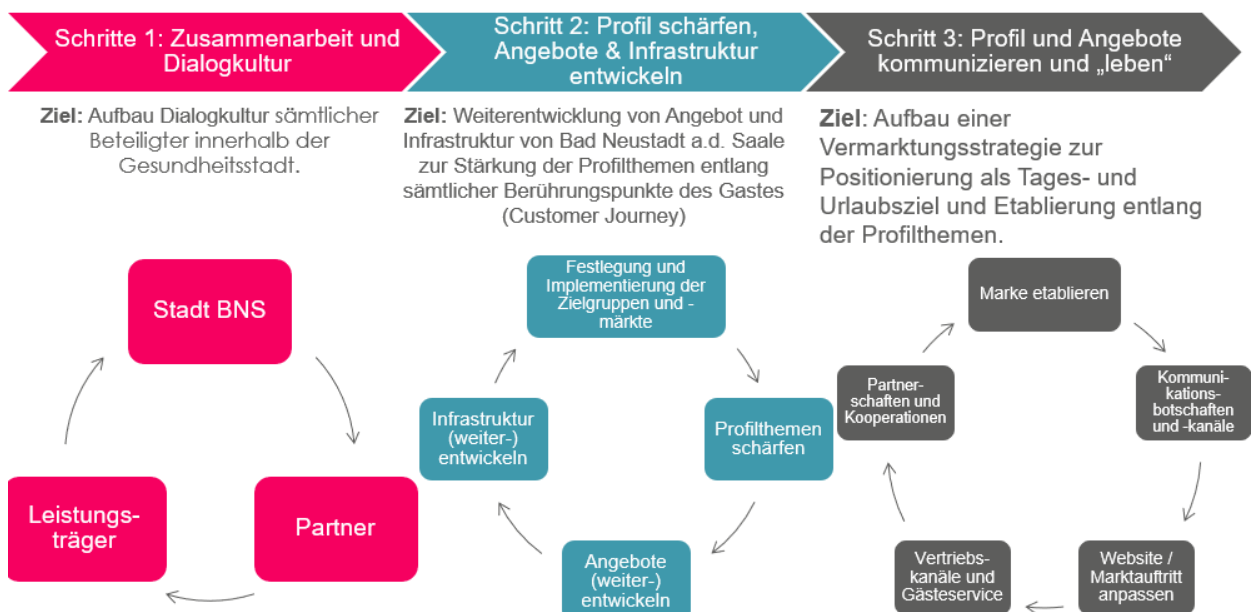


Abb. 44: Schema zum zukünftigen strategischen Weg für Bad Neustadt a. d. Saale, Quelle: PROJECT M (2024)





Impressum

Mitwirkende und verantwortliche Akteure

Folgende Personen haben das Projekt verantwortlich begleitet. Die federführende Koordination oblag dem Tourismus und Stadtmarketing Bad Neustadt GmbH als Auftraggeber und Projektträger: An der Stadthalle 4, 97616 Bad Neustadt a. d. Saale Stellvertretend sind zu nennen:

Horst Mikliss
Maximilian Pfister

Tourismus und Stadtmarketing Bad Neustadt GmbH
Stadt Bad Neustadt an der Saale

Für die überaus konstruktive Zusammenarbeit bedanken wir uns herzlich bei Ihnen sowie allen weiteren Prozessbeteiligten.

Fachliche Begleitung durch:

PROJECT^M



Dipl.-Kfm./ Dipl.-Geogr.
Detlef Jarosch
Senior Consultant
Projektleitung



M. A.
Daniel Skrobek
Consultant



M. A.
Maurice Endres
Junior Consultant





PROJECT

PROJECT M GmbH

Steinhöft 9
20459 Hamburg



Tel.: +49 (0)40-419 23 96 0
Fax: +49 (0)40-419 23 96 29
E-Mail: info@projectm.de

August-Everding-Straße 25
81671 München

Tel +49 (89) 614 66 08-0
Fax +49 (89) 614 66 08-5

www.projectm.de
www.gesundheit-tourismus-blog.com

#wertstiftend

PROJECT M ist die führende Kompetenz für Tourismus im deutschsprachigen Raum. Wir wirken wertstiftend, indem wir den Wandel im (Gesundheits-)Tourismus und im Destinationsmanagement mit Zukunftswissen, Erfahrung und Leidenschaft gestalten. Unsere Kund:innen zum Markterfolg zu führen, ist unser Anspruch.

