

Über den Tellerrand blicken

Klausurtagung „Wirtschaftsfaktor Gesundheitstourismus“ in Bad Orb

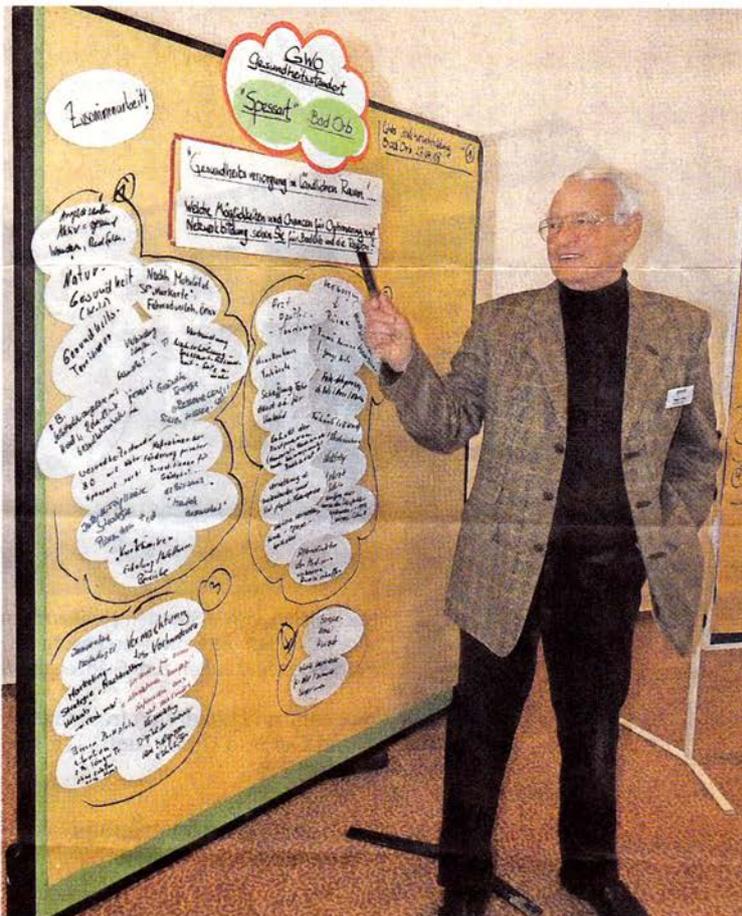
Bad Orb (ez). Eitel J. Vida, der Fuldaer Marketing- und Kommunikationsspezialist, ist Vorstandsmitglied der Gesundheitswirtschaft Osthessen (GWO). Zuständig ist er für den Bereich „Struktur-Entwicklung“. Er fungierte als Referent und Moderator der Klausurtagung „Wirtschaftsfaktor Gesundheitstourismus Bad Orb“ im Saal der „König-Ludwig I.-Stiftung“. Eingeladen hatte Bürgermeister Roland Weiß. Teilnehmer waren Mitglieder der Fraktionen, des Stadtleitbildes, der IHK, von „Spessart Tourismus“ und Vertreter der Kliniken sowie aus dem Gesundheitsbereich und von der Marketing GmbH.

Bereits 1995 und 1996 hatte der Marketingexperte Vida mehrfach in Bad Orb über die Notwendigkeit und die Chancen der Kurstadt referiert. Schon damals stand die zukunftsorientierte Sicherung und Weiterentwicklung des Gesundheitsstandortes Bad Orb ganz vorne. Patentrezepte hatte er damals wie heute nicht im Ärmel versteckt, dafür bot er richtungsweisende Denkanstöße zur Standortbestimmung und zum Schwerpunktthema „Dachmarke und Gesundheitsstandort Bad Orb“.

„Was wir nicht brauchen, ist Lethargie“

„Was wir nicht brauchen, ist Lethargie“, bekräftigte Vida, der auch Mitglied im Kuratorium der Bad Orber Opern Akademie ist. „Wir dürfen auch nicht sagen: Wir haben doch schon so viel versucht.“ Das Konzept von vor 20 Jahren sei immer noch gültig.

Bürgermeister Weiß betonte, dass die Klausurtagung nicht das Stadtleitbild mit neuen Themen unterwandern wolle, sondern dass die Stadt weiterkommen wolle. Man müsse weg vom Inseldenen, über den Tellerrand blicken und Leistungen bündeln, auch gemeinsam mit Bad Soden-Salmünster. „Wir dürfen nicht stagnieren.“ Auch die Zusammenarbeit mit der GWO sei von großer Bedeutung: „Nur gemeinsam sind wir stark.“ Besonders wichtig für den Gesundheitsstandort sei die Ärztefrage: „Von derzeit elf Ärzten wird in zehn Jahren eventuell nur noch eine Ärztin im Dienst sein. Es besteht dringender Handlungsbedarf.“ In kleinen Fachgruppen müsse dem begegnet werden. Die ärztliche Versorgung sei überall ein großes Thema. Die gefürchtete Unterversorgung, so der Arzt Michael Stock, sei an vielen Orten schon eingetreten. Er wies auf ein Modell hin, das



Eitel J. Vida spricht über die gesammelten Möglichkeiten.

FOTO: ZIEGLER

mit einem Ärztebus und mobilen Sprechstunden auf dem Land gesteuert.

Bad Orb sei monostrukturiert, so Vida, und die Gesundheit in unterschiedliche Kompetenzkreise eingebunden. „Der Markt hat viele Facetten.“ Auch dürfe die Versorgung der Bürger nicht vernachlässigt werden.

Georg Freund, Geschäftsführer Kurkliniken Küppelsmühle und Aufsichtsratsvorsitzender Bad Orb Marketing GmbH, berichtete, dass er gerne auch einen Teil der Patienten, die in den Frankfurter Reha-Kliniken Küppelsmühle kuren, nach Bad Orb holen wollte, diese würden jedoch grundsätzlich lieber in der Großstadt rehabilitieren. Zu Bad Orb sagte er: „Wir haben Stärken, vermarkten sie aber nicht gut genug.“

Weitere Gedanken galten dem verstärkten Bemühen um Selbstzahler, dem Kururlaub und Gesundheitstourismus, dem Anzapfen von Fördertöpfen mit förderfähigen Themen, einem maßgeschneiderten Konzept und dem Ausnutzen des politischen Rückenwindes und „dem Arbeiten mit Kernkompetenzen“. Vorschläge lauteten „Bad Orb, die Gesundheitsstadt für Bürger und Gäste“, als Basis für die Standortentwicklung, Marketing-

Strategien und die Verbesserung der Infrastruktur. „Wir bewegen uns noch sehr allgemein“, wandte der Bad Orber Arzt Michael Stock ein. Die Erwartungen sollten nicht zu hoch geschraubt werden.

Vorhaben „Attraktivität von Bad Orb stärken“ vor „Gesundheitsversorgung im ländlichen Raum“

Vida fand, dass die Diskussion gezeigt habe, wie komplex und schwierig das Thema sei, auch für die Einzelnen und ihre eigenen Schwerpunktbereiche. Trotz der unterschiedlichen Zusammensetzung der Teilnehmer zeigte er sich zufrieden.

Beim „Pünktchenkleben“ auf favorisierte Themen stand „Attraktivität von Bad Orb stärken und durch ein komplexes Konzept darstellen – Bad Orb, die Gesundheitsstadt für Bürger und Gäste“ weit oben, gefolgt von „Gesundheitsversorgung im ländlichen Raum“ als wichtiger Faktor für die Stadtentwicklung und „Überprüfung und Entwicklung der Marketingstrategie“. „Verbesserung der Infrastruktur“ landete punktemäßig weit abgeschlagen auf Platz vier.