Bäderlandschaft 2030

Neue Perspektiven für unsere Branche und unseren Verband

Vortrag von Markus Achleitner, Präsident der European Waterpark Association e.V.

E W A

Agenda

- Status quo
- Veränderungen der Rahmenbedingungen
- 12 Thesen zur europäischen Bäderlandschaft 2030
- Wie wir uns erfolgreich der Herausforderung stellen

Status quo

Europas Bäderlandschaft ist heterogen!

Rahmenbedingungen werden bestimmt durch:

- unterschiedliche ökonomische Rahmenbedingungen
- unterschiedliches öffentliches und privatwirtschaftliches Engagement
- unterschiedliche touristische Relevanz des Bäderthemas
- unterschiedliche Badekulturen
- religiös und kulturell bestimmtes unterschiedliches Verhältnis zum Körper und zur Nacktheit
- Klima und Naturbademöglichkeiten

Status quo

Schon heute klafft die Schere zwischen umsatzschwachen und umsatzstarken Freizeitbädern und Thermen weit auseinander.

Ø Pro-Kopf-Umsatz	
geringster	4,18 €
Mittelwert	13,97 €
Top-Wert	58,21 €

Quelle: EWA Benchmarking 2017

Status quo

Die Besucherzahlen zeigen: Attraktivität schlägt Preis!

	Ø Pro-Kopf-Umsatz	Besucherzahlen
geringster	4,18 €	181.000
Mittelwert	13,97 €	370.000
Top-Wert	58,21 €	836.000

Quelle: EWA Benchmarking 2017

Status quo

In einigen Ländern ist der Bädermarkt bereits gesättigt.

Beispiel Deutschland:

geschätzter jährlicher Zuschussbedarf (operativ): 3 Milliarden €

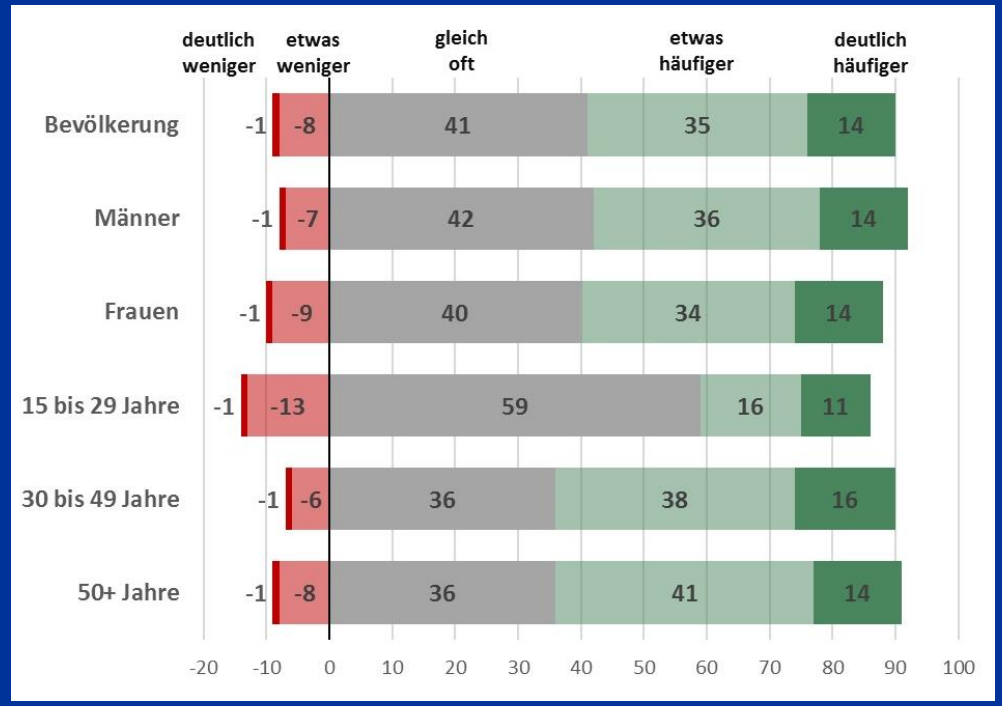
geschätzter Sanierungsstau: 20 Milliarden €

Quelle: DGfdB, IAKS, EWA

Status quo

Potentiale verlagern sich vom Primärmarkt (regionales Einzugsgebiet) zum Sekundärmarkt (Übernachtungstourismus), der Wellnesstourismus gewinnt weiter an Bedeutung für die Bäderwelt.

Beispiel Österreich: Etwa die Hälfte der Inländer geht von einer Marktsättigung bei Freizeitbädern und Thermen aus und erwartet in Zukunft keine relevante Steigerung der Besuchshäufigkeit.



Quelle: Onlinebefragung marktmeinungmensch Februar 2017

Status quo

Neue Märkte entstehen und machen den etablierten Bäderdestinationen Konkurrenz.

Beispiel Polen:

Entwicklung Spa Resorts 2013 bis 2017

Anzahl + 66 %
Umsatz + 56 %

Projekt: Suntago Park of Poland (im Bau)

Investment: 150 Mio. €
Kapazität / Tag: 15.000 Gäste

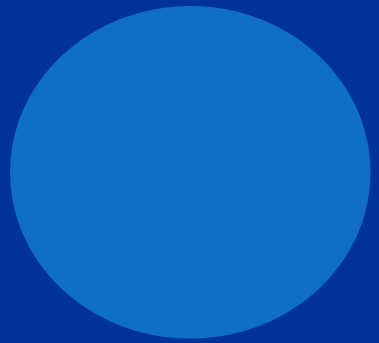
Quelle: KPMG, European Spa Foundation, ITB

Veränderungen der Rahmenbedingungen

Veränderungen der Rahmenbedingungen

Relevante Einflussfaktoren

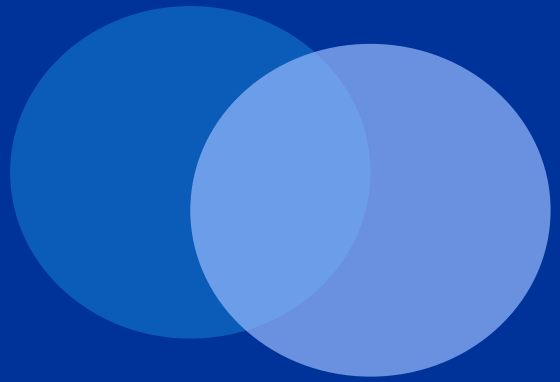
(Sozio-)demographische Entwicklungen



Veränderungen der Rahmenbedingungen

Relevante Einflussfaktoren

(Sozio-)demographische Entwicklungen

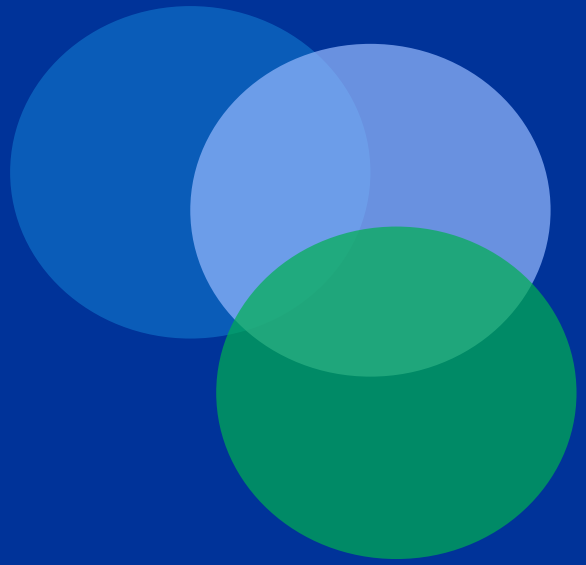


Kulturelle Angleichungen

Veränderungen der Rahmenbedingungen

Relevante Einflussfaktoren

(Sozio-)demographische Entwicklungen



Kulturelle Angleichungen

Verändertes Freizeitverhalten durch neue Strukturen in der Arbeitswelt

Veränderungen der Rahmenbedingungen

Relevante Einflussfaktoren

(Sozio-)demographische Entwicklungen

Kulturelle Angleichungen

Verändertes Freizeitverhalten durch neue Strukturen in der Arbeitswelt

voranschreitende Digitalisierung des Alltags

Veränderungen der Rahmenbedingungen

Relevante Einflussfaktoren

(Sozio-)demographische Entwicklungen

Kulturelle Angleichungen

Daseinsvorsorge vs. Marktorientierung

Verändertes Freizeitverhalten durch neue Strukturen in der Arbeitswelt

voranschreitende Digitalisierung des Alltags

Veränderungen der Rahmenbedingungen

Relevante Einflussfaktoren

(Sozio-)demographische Entwicklungen

Ökologische Rahmenbedingungen

Kulturelle Angleichungen

Daseinsvorsorge vs. Marktorientierung

Verändertes Freizeitverhalten durch neue Strukturen in der Arbeitswelt

voranschreitende Digitalisierung des Alltags

12 Thesen zur europäischen Bäderlandschaft 2030

These 1: Der Bädermarkt wird internationaler

These 1: Der Bädermarkt wird internationaler

ASPRO

Unternehmensgruppe WUND

VERT MARINE
Votre partenaire loisirs

Groupe Pierre & Vacances CenterParcs

These 2: Es findet eine Marktbereinigung statt

These 2: Es findet eine Marktbereinigung statt

These 3: Der Markt wird kleinteiliger und differenzierter

These 3: Der Markt wird kleinteiliger und differenzierter

These 4: Die Zahl der großen Indoor-Wasserparks steigt

These 4: Die Zahl der großen Indoor-Wasserparks steigt

These 5: Die Erwartungshaltung unserer Gäste steigt weiter

These 6: Der Wunsch nach Erlebnis und Zuwendung wächst

These 7: Resortkonzepte gewinnen an Bedeutung

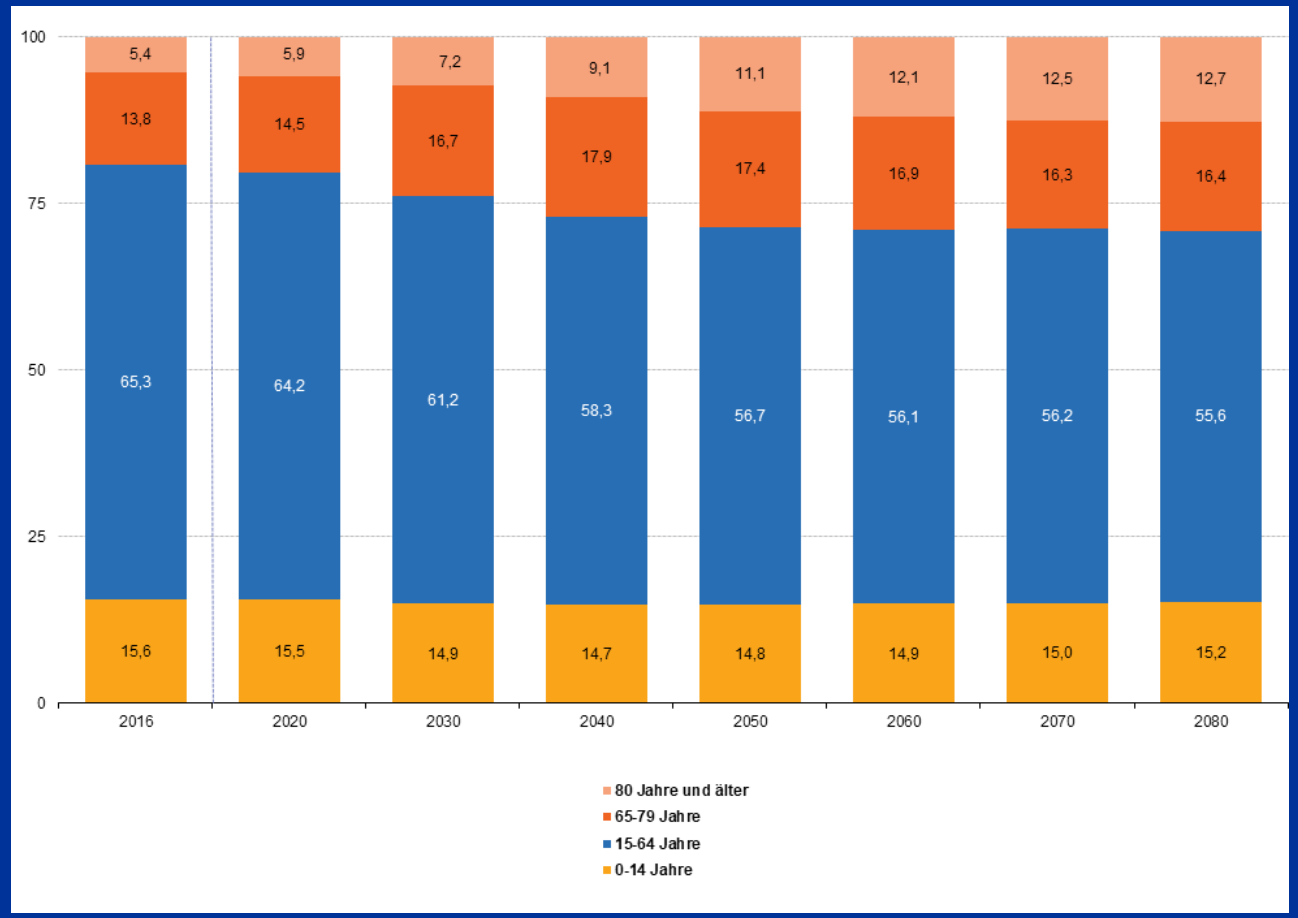
These 8: Multi-Purpose vs. Stand alone

These 8: Multi-Purpose vs. Stand alone

These 8: Multi-Purpose vs. Stand alone

These 9: Unser Publikum wird älter und anspruchsvoller

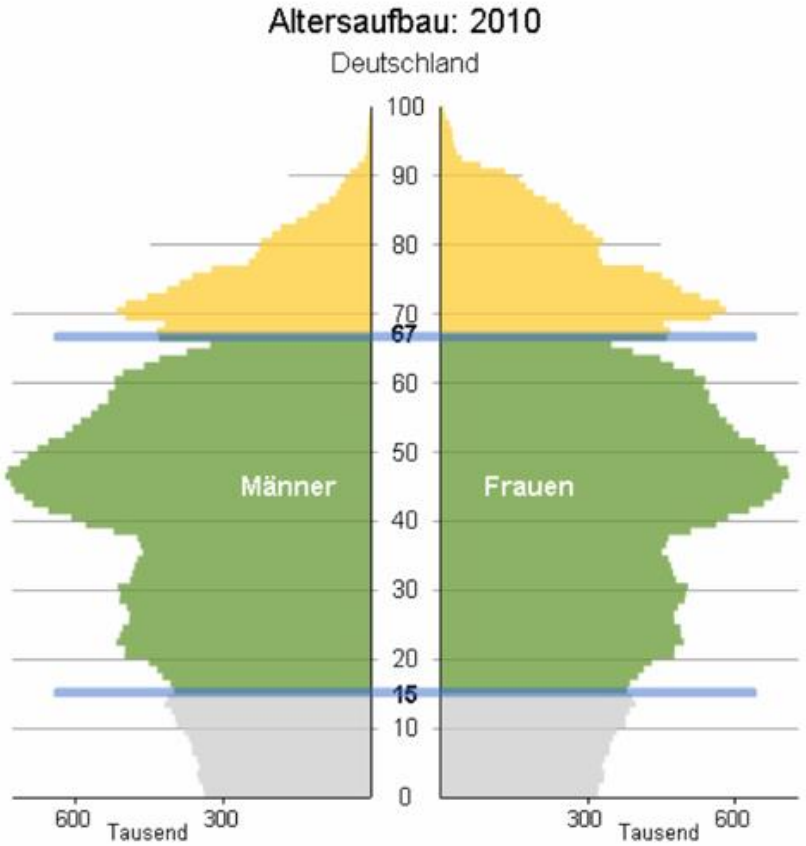
These 9: Unser Publikum wird älter und anspruchsvoller

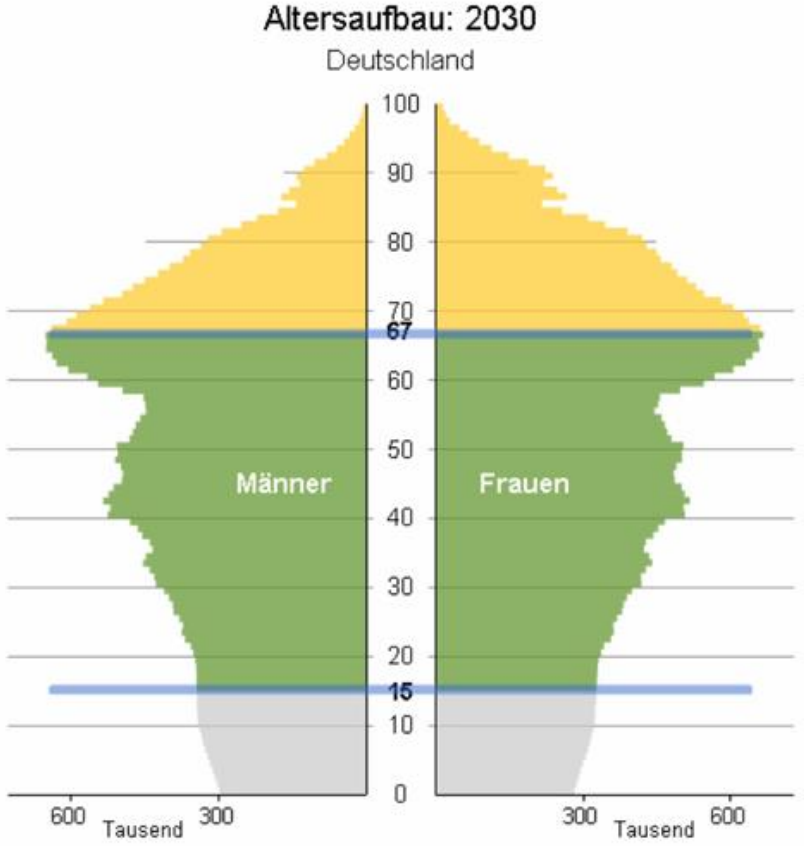


Europa wird älter:
wachsender Anteil der über 65-jährigen an der Gesamtbevölkerung 2016 - 2080

Quelle: Eurostat, Basisdatenjahr 2016

These 9: Unser Publikum wird älter und anspruchsvoller





These 9: Unser Publikum wird älter und anspruchsvoller

These 9: Unser Publikum wird älter und anspruchsvoller

These 10: Familienpublikum gewinnt wieder an Bedeutung

These 11: Wir werden anders mit Gästen kommunizieren

These 12: Flexibilität wird überlebenswichtig

These 12: Flexibilität wird überlebenswichtig

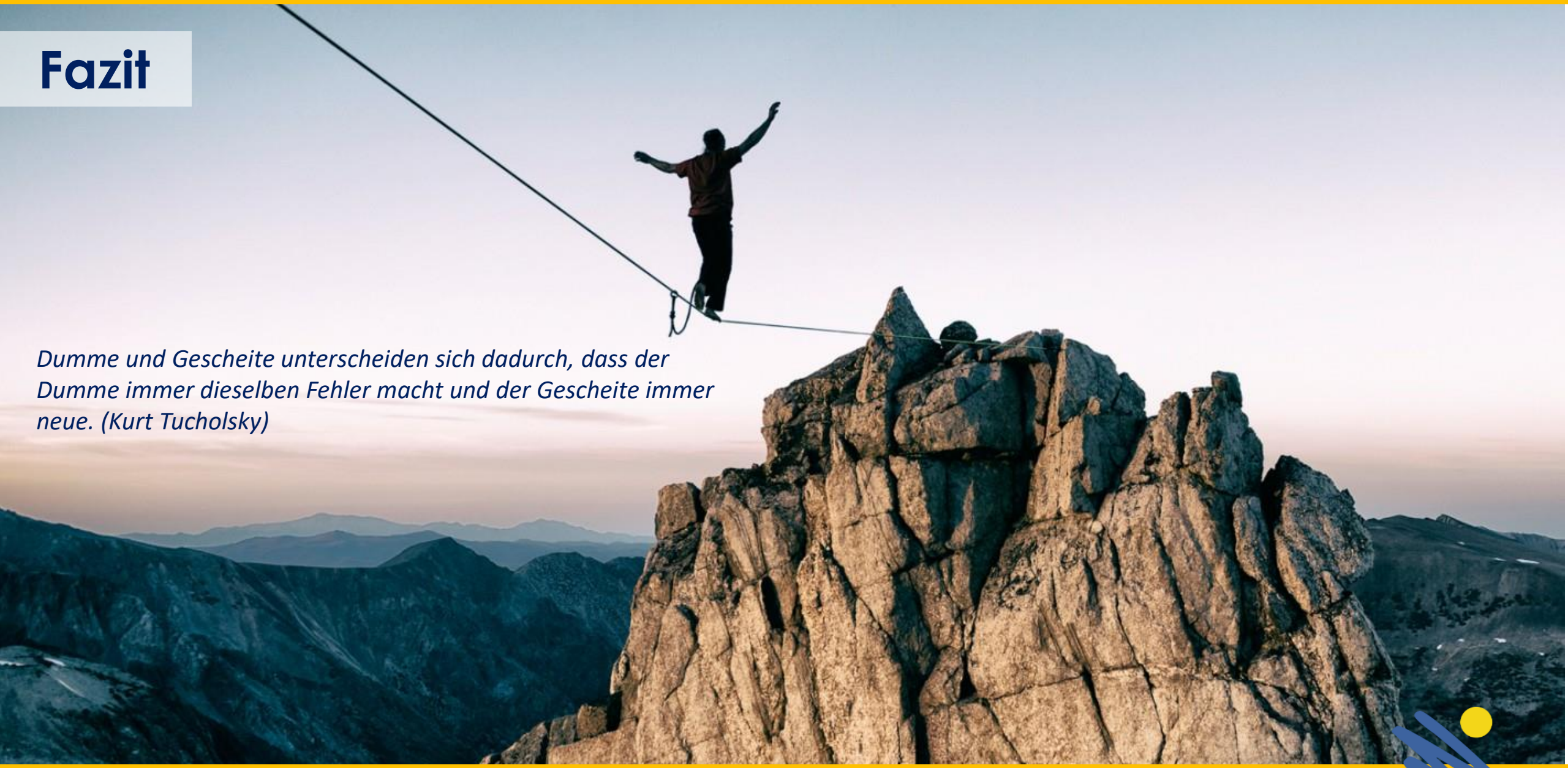
Wie wir uns erfolgreich der Herausforderung stellen

Internationalisierung

Digitalisierung

Netzwerkoptimierung

Fazit



Dumme und Gescheite unterscheiden sich dadurch, dass der Dumme immer dieselben Fehler macht und der Gescheite immer neue. (Kurt Tucholsky)