

PRESSEMITTEILUNG

Heilsame Entspannung

Nicht nur Tagesbesucher schätzen es, in warmem Thermalwasser zu baden. Immer mehr Reisende wählen ihr Urlaubsziel nach dem Vorhandensein einer attraktiven Therme aus

Bis Anfang der 1980er Jahre war Baden in Thermalwasser vor allem ein Teil von **Rehabilitationsmaßnahmen**, um unterschiedlichste Krankheiten auszukurieren. Seither hat sich das Image gründlich gewandelt: Neben der therapeutischen Wirkung wird der **Wohlfühl-Aspekt** immer wichtiger. Denn Schwimmen in warmem Wasser gilt mittlerweile auch als Synonym für **Entschleunigung, Abstand vom Alltag und Entspannung**. Wohltemperierte Becken und Whirlpools finden sich daher in vielen Schwimmbädern und jeder Therme, „davon mehr als 200 in den rund 350 hoch prädikatisierten Heilbädern und Kurorten“, so Detlef Jarosch von der Project M GmbH in einem Beitrag auf gesundheits-tourismus-blog.com; In Kurorten mit **natürlichen Heilquellen**, deren Wasser auch Becken zum Baden speist, hat der Thermen-Tourismus eindeutige Auswirkungen auf die Entwicklung der Besucherzahlen: Bad Füssing bezeichnet in der Gemeinde-Info November-Dezember 2016 die „Anziehungskraft der Thermen“ als „Schlüssel für den Aufstieg des einstigen Weilers“. Insgesamt finden laut der jüngsten [Kompetenzanalyse der Heilbäder und Kurorte in Deutschland](#) 70 Prozent der gesundheitsorientierten Gäste das Angebot an Thermen und Bädern wichtig oder sehr wichtig. Im Nachbarland Österreich stieg der Anteil des Angebotssegments Thermen am gesamten **Gesundheitstourismus** von 10 Prozent 2011 auf 13,5 Prozent 2014, so der Endbericht des Bundesministeriums für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft. 71 Prozent der Thermenbesucher hätten 2012 ein bis zwei Mal im Jahr eine Therme besucht, 19 Prozent drei bis fünf Mal und 10 Prozent noch häufiger; ein Drittel habe **vor Ort übernachtet**. Hauptbeweggründe seien dabei die entspannende Wirkung (74 %), der stressreduzierende Effekt (55 %) sowie das heilsame Wasser (45 %). In der Steiermark versteht man das „Baden als wesentlichen Beitrag zur regionalen touristischen Entwicklung“ und verzeichnet eine „nachhaltige Destinationsbildung durch Thermen“. Diese Ansicht teilt auch Dr. Stefan Kannevischer: „Der Thementourismus hat in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen. Wir beobachten zunehmend, dass Reisende ihr Urlaubsziel nach dem Vorhandensein einer attraktiven Therme aussuchen. So besuchen immer mehr Stammgäste in einem **Kururlaub** auch einen anderen Standort der Kannevischer Collection“. Bislang tun sie das in Bad Kissingen, Bad Salzuflen, Baden-Baden und Bad Ems, wo die **Kannevischer Collection** erfolgreich fünf Thermen mit warmem Wasser aus Thermalquellen betreibt, häufig im Rahmen eines Tagesausflugs oder buchen eine unabhängige Unterkunft am Ort. Anders ist das Kombinations-Angebot in der **Spreewald-Therme**. In direkter Nachbarschaft des 2005 eröffneten „Solebad in der Natur“ wurde 2012 ein Viersterne-Hotel gebaut. Die Verbindung zwischen beiden stellt ein bequemer **Bademantel-Gang** her; im Übernachtungspreis sind beliebig viele Thermenbesuche inkludiert und das mit einer zusätzlichen **Sonderöffnungszeit für Hotelgäste** täglich bereits ab acht Uhr. „In Österreich gehören bei zwei Dritteln der Thermen Hotels dazu, in der Schweiz bei über der Hälfte, in Deutschland hingegen nur bei 15 Prozent“, fasst Dr. Stefan Kannevischer zusammen. „Hier gibt es den größten Nachholbedarf an **integrierten Übernachtungsmöglichkeiten**, so dass wir den Bau weiterer Hotels planen“. Vorerst setzt er auf

Ausbau und Qualitätssteigerung der bereits vorhandenen Thermen. Zwei Millionen Euro werden jetzt in die Spreewald-Therme investiert, um mehr Ruheflächen zu schaffen, eine Kaminlounge im Solebad einzurichten und **das gastronomische Angebot** u.a. durch eine chillige Cafeteria sowie einen Grill im Garten zu erweitern. Grund ist laut Dr. Stefan Kannevischer der spürbare Wunsch der Gäste, „nicht nur von einem Becken ins nächste zu gehen, sondern einen Tag **Erholung und Wellness** zu genießen. Resultat sind ein längere Aufenthaltsdauer und mehr Zuspruch im Gastronomiebereich.“ Damit zeichnet sich auch bei der Kannevischer Collection eine allgemeine Entwicklung ab: „Die Nachfrage nach Wellnessleistungen wächst weiterhin“, heißt es in der Studie „Wellnesstrends 2016“, die die Hotelkooperation Wellness-Hotels & Resorts zusammen mit dem Wellnessreise-Veranstalter beauty24 durchgeführt hat. Vor ein paar Jahren habe ein Großteil der Gäste Wellness noch als außergewöhnlichen Luxus angesehen. Heute sei sie für viele Bestandteil ihres Lebens und zu einem festen Termin in der Jahresplanung geworden.
www.kannevischer-collection.com

Stand: März 2017

Pressekontakt:

creative navigation, Catharina Niggemeier, Kaiser-Ludwig-Platz 8, 80336 München
Tel. 0170 31 38 589, cn@creative-navigation.de, www.creative-navigation.de

Kannevischer Collection

Bewegung, wechselwarme Badeverfahren, körperliche und mentale Ruhephase – das sind die vier Bausteine, auf denen die Philosophie der Kannevischer Collection beruht. Hinzu kommt ein hoher Anspruch an Qualität, Sauberkeit und Service als Basis für das Wohlbefinden der Besucher. Architektonisch setzen alle sechs angeschlossenen Thermen auf außergewöhnliches Design, das regionale Besonderheiten aufgreift und je nach Standort einen eigenen Charakter hat – egal ob Caracalla-Therme oder Friedrichsbad in Baden-Baden, Emser Therme in Bad Ems, VitaSol Therme in Bad Salzuflen, Spreewald Therme und Spreewald Thermenhotel in Burg (Spreewald) oder KissSalis Therme in Bad Kissingen. Mit dem Anspruch, führender Wellness-Dienstleister zu sein, hat sich das Familienunternehmen, dessen Leidenschaft seit über 40 Jahren Bäder sind und das von Dr. Stefan Kannevischer geführt wird, erfolgreich etabliert.