

am 20.03.2018

Kurchef Dr. Dirk Thom referierte beim Lions-Club Bad Orb-Gelnhausen

Bad Orb. 30 Lions-Freunde, deren Damen und einige Gäste lauschten dem interessanten Referat von Dr. Dirk Thom. Der Präsident des Lions-Clubs Bad Orb-Gelnhausen 1963, Hans-Dieter Mertens, hatte ihn für einen Vortrag während eines Clubabends gewinnen können. Seit Dezember 2017 ist Dr. Dirk Thom Geschäftsführer der Bad Orber Gesellschaften für „Kur“ und „Marketing“. Im Vortrag vermittelte er seine Ideen zum Thema „Derzeitiger Stand und mögliche Perspektiven zur Weiterentwicklung des Gesundheits- und Tourismus-Standortes Bad Orb“.

Thom: "Größter Engpass für die weitere Entwicklung von Bad Orb ist das von Jahr zu Jahr geringer werdende Bettenangebot. Derzeitig werden (ohne Kliniken) etwa 900 Betten für Gäste angeboten. Die wichtigste Gegenmaßnahme wäre die Errichtung eines Hotels mit 200 bis 220 Betten im Qualitätssektor 3+ bis 4*. Ein erfolgreicher Hotelbetrieb würde weitere Häuser nach sich ziehen."*

Dr. Thom ist der Meinung, dass ein Gast nicht mehr nur wegen eines Bettes oder eines Zimmers käme. Der Gast würde für seinen – im Vergleich zu früher – kürzeren Aufenthalt ein Gesamtpaket, ein Rundum-Programm suchen.

Bad Orb sollte sein großes Plus – eine „gottgegebene schöne Natur“ – stärker hervorheben. Beispielsweise möchte ein Aktivurlauber sein Mountainbike unterstellen und warten lassen. Für sich selbst möchte er geeignete Nahrungs- und Versorgungsangebote oder, wie ein Lionsfreund von einem Orber Gast schildert, ein „Kulturpaket“ buchen.

"Bad Orb bedient als zwei Schwerpunkte den Gesundheitstourismus mit Wellness und den Aktiv-Tourismus. Hinzu kommen drei erfolgreich arbeitende private Kliniken", so Dr. Thom. Am Beispiel „Moorbad“ machte er die Schwierigkeiten deutlich, dass die entstehenden Kosten bis etwa 70,- Euro pro Behandlung nur unter 20,- Euro von den Krankenkassen erstattet werden.

Die Werbung für und Nutzung von Sole und Salz sei noch ausbaufähig, jedoch werden sie nicht mehr zentraler Anziehungsmagnet sein. Erfolgversprechender wäre, ein besonderes Produkt für bestimmte Zielgruppen zu entwickeln, so der Kurchef gegenüber den Lions. Für dieses Produkt müssten Anbieter gefunden werden, die bereit wären, dieses auf eigenes Risiko umzusetzen. Die Werbung sollte stärker auf elektronische Medien, Internet, soziale Netzwerke setzen, weniger auf Prospekt-(Papier-)Werbung.