wirtschaftsforum graubünden denkwerkstatt der wirtschaft

Sana per Raetia

Präsentation der Ergebnisse

Wirtschaftsforum Graubünden| Postfach | 7001 Chur
www.wirtschaftsforum-gr.ch | info@wirtschaftsforum-gr.ch | +41 44 299 95 11

Impressum

Bearbeitung	Wirtschaftsforum Graubünden Peder Plaz, Dr. Irene Bösch
Offenlegung von Quellen	Die in diesem Dokument verwendeten Inhalte, Angaben und Quellen wurden mit grösster Sorgfalt zusammengestellt. Die Ausführungen beruhen teilweise auf Annahmen, die auf Grund des zum Zeitpunkt der Auftragsbearbeitung zugänglichen Materials für plausibel erachtet wurden. Die verwendeten Quellen und wortwörtlichen Zitate werden offengelegt. Bei der Verwendung von theoretischen oder wissenschaftlichen Konzepten, welche den gegenwärtigen Erkenntnissen der Wissenschaft entsprechen, wird zur Wahrung der Lesbarkeit und Verständlichkeit auf eine explizite Quellenangabe verzichtet. Gleichwohl kann das Wirtschaftsforum Graubünden für die Richtigkeit der gemachten Annahmen keine Haftung übernehmen.
Wirtschaftsforum Graubünden	Das Wirtschaftsforum Graubünden versteht sich als Denkwerkstatt der Wirtschaft und setzt sich für die Verbesserung der Rahmenbedingungen des Wirtschaftsstandortes Graubünden ein. Das Wirtschaftsforum Graubünden stellt sein Wissen über wirtschaftli-che Entwicklungen und Zusammenhänge in Graubünden der Öffentlichkeit in Form von Berichten, Referaten und Diskussionen zur Verfügung. Auf Einladung sind Vertreter des Wirtschaftsforums Graubünden jederzeit gerne bereit, an Podiumsdiskussionen teilzu-nehmen oder als Referenten zu wirken.

Inhaltsverzeichnis

1. Projekt im Überblick 4
2. Ausgangslage 10
3. Potenziale 18
4. Schlussfolgerungen & Empfehlungen 40

1 Projekt im Überblick

Vorwort

«Wir stehen mit dem Gesundheitstourismus Graubünden am Anfang eines Weges. Der Beginn sieht holprig und unwegsam aus. In der Ferne blitzen durchaus attraktive Ziele auf.

Es stellt sich jetzt die Frage, ob wir bereit sind, den Weg trotz allen Widerständen und Unwägbarkeiten zu begehen. »

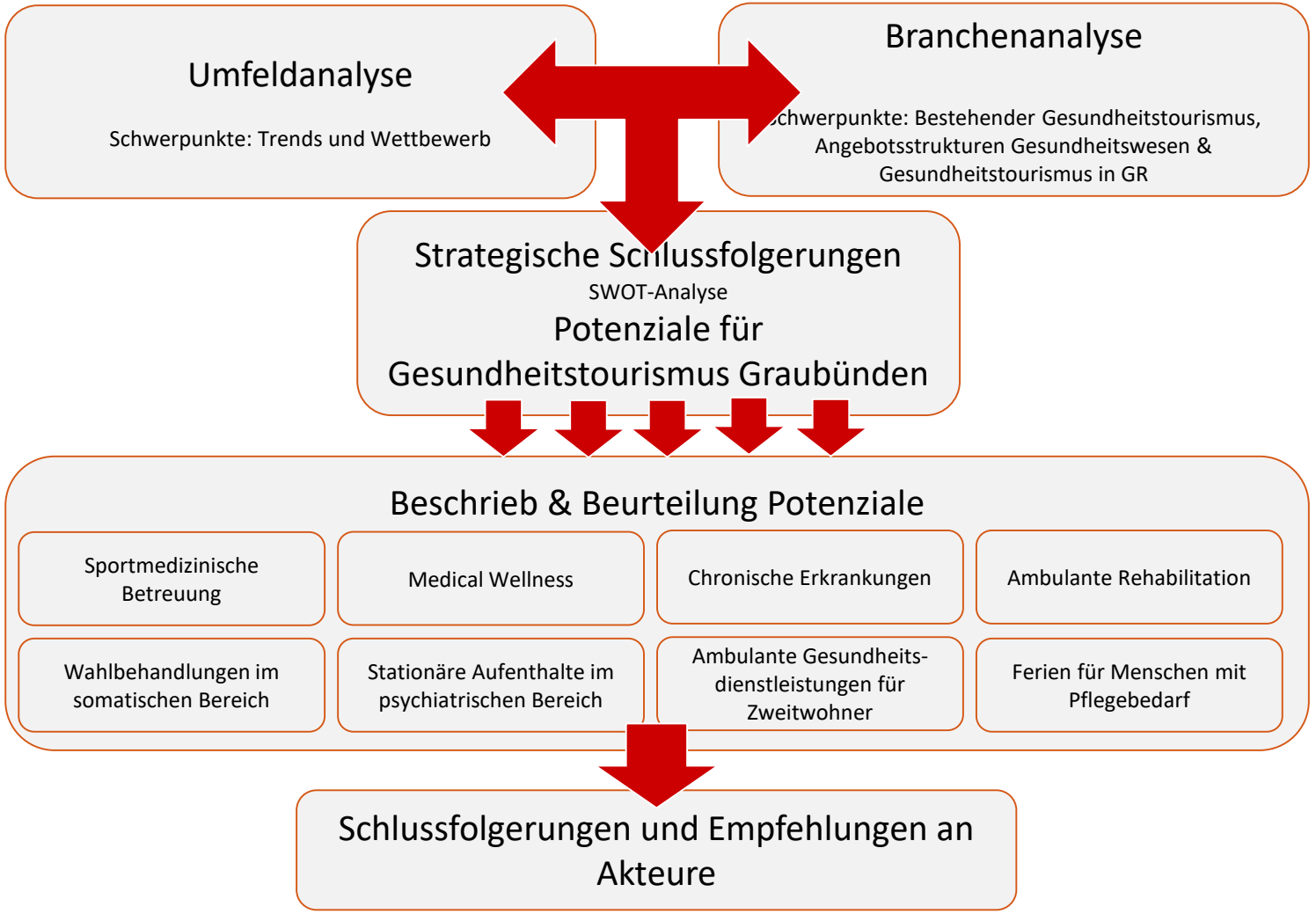
Fragestellungen

1) Wie sieht die Ausgangslage für die Entwicklung gesundheitstouristischer Angebote in Graubünden aus?

2) Welche Potenziale für exportorientierte Gesundheits-dienstleistungen bestehen im Kanton Graubünden?

3) Welche möglichen Ansatzpunkte und Massnahmen bestehen, um die erkannten Potenziale auszuschöpfen? Durch wen sind diese anzugehen?

Aufbau des Berichts



Unsere Definition von Gesundheitstourismus

Inanspruchnahme von Leistungen des Bündner Gesundheitswesens durch Menschen, die nicht in Graubünden wohnen

Zum Gesundheitstourismus Graubünden gehören daher folgende Nachfragegruppen:

- «Gesundheitstouristen»⇨ Kombination von touristischer Attraktivität und Gesundheitsangeboten (z.B. Dialyse-Patienten, Medical Wellness).
- Patienten Spezialkliniken (z.B. Behandlung von Stressfolgeerkrankung in der Clinica Holistica Susch).
- Notfälle (z.B. Skiunfall oder Herzinfarkt während des Aufenthalts in Graubünden).
- Zweitwohner, die sich in Graubünden wahlweise behandeln lassen.
- «Zugewiesene» Patienten (z.B. Zürcher Reha Zentrum Davos).
- Einwohner der Nachbarregionen (z.B. eine Person aus Bad Ragaz lässt sich im Kantonsspital Graubünden behandeln).

2 Ausgangslage

Was tun andere? (Beispiel Gesundheitsregion Allgäu)

Primäre Wettbewerber sind deutschsprachige, alpine Regionen

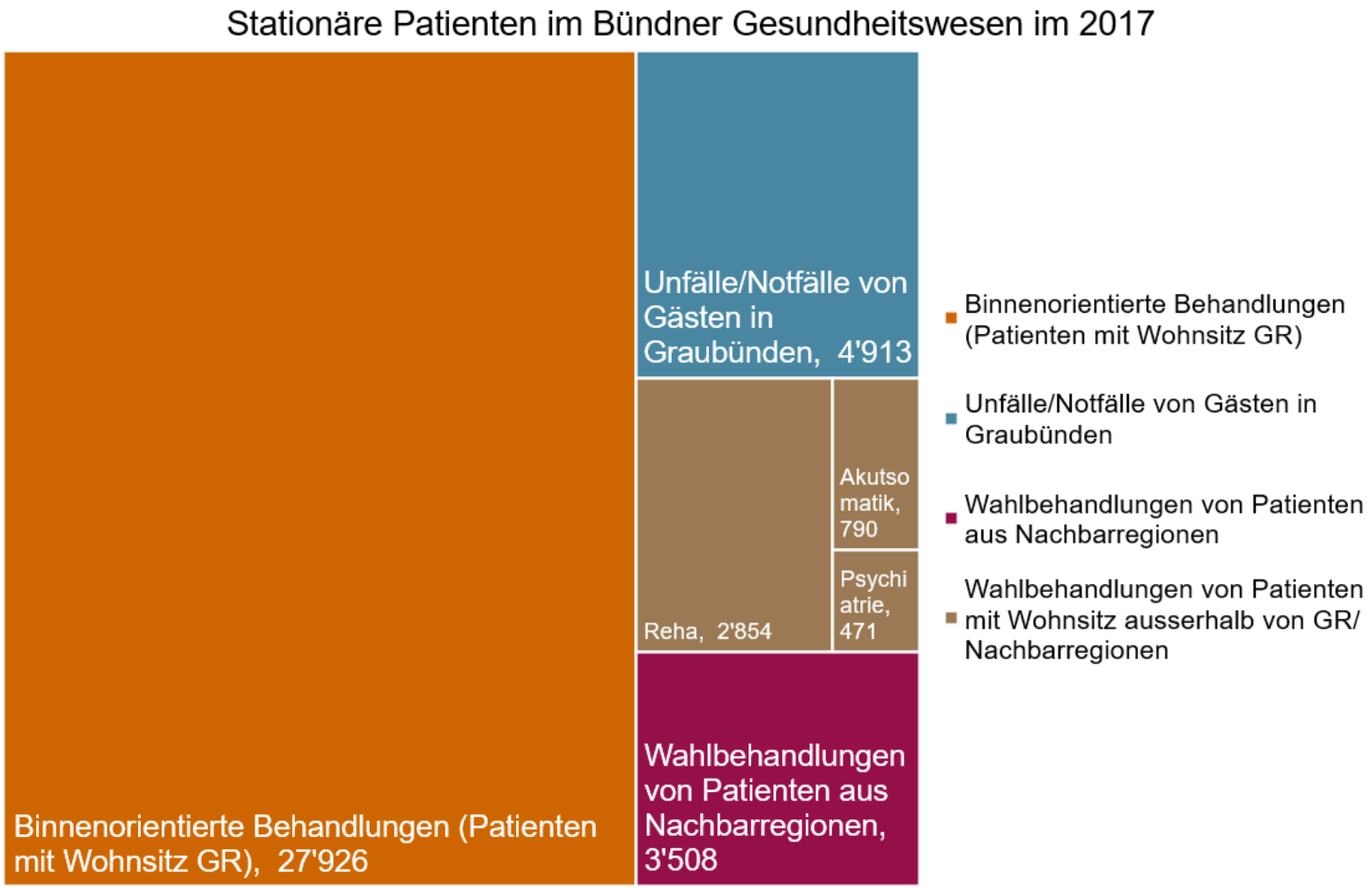
Die Gesundheitsregion Allgäu hat drei unterschiedliche Leitangebote erarbeitet:

- Alpine Wellness (30 Partner)
- Medical Wellness (10 Hotels von 80 klassifizierten 4*-5* Betrieben)
- Alpine Health Care (Kur- und Rehaangebote mit Schwerpunkten in den Bereichen Allergien, Stoffwechselerkrankungen, psychosomatische Störungen oder Erkrankungen des Bewegungsapparates.

Zentrale Akteure in diesem Bereich sind Akteure des Gesundheitswesens.

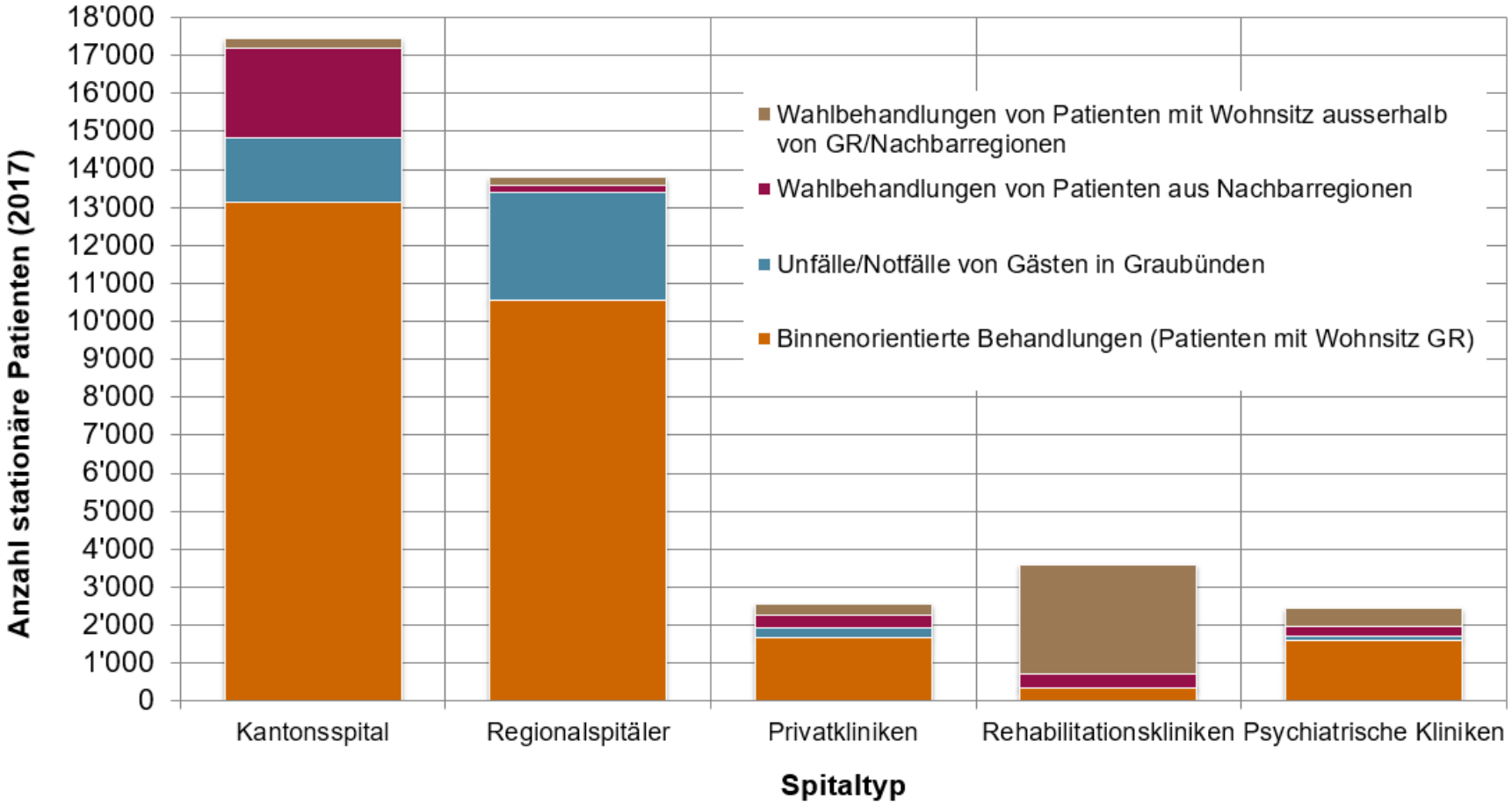
Stationäre Patienten im Bündner Gesundheitswesen (I)

40’000 Patienten, davon knapp 1/3 mit Wohnort ausserhalb Graubünden



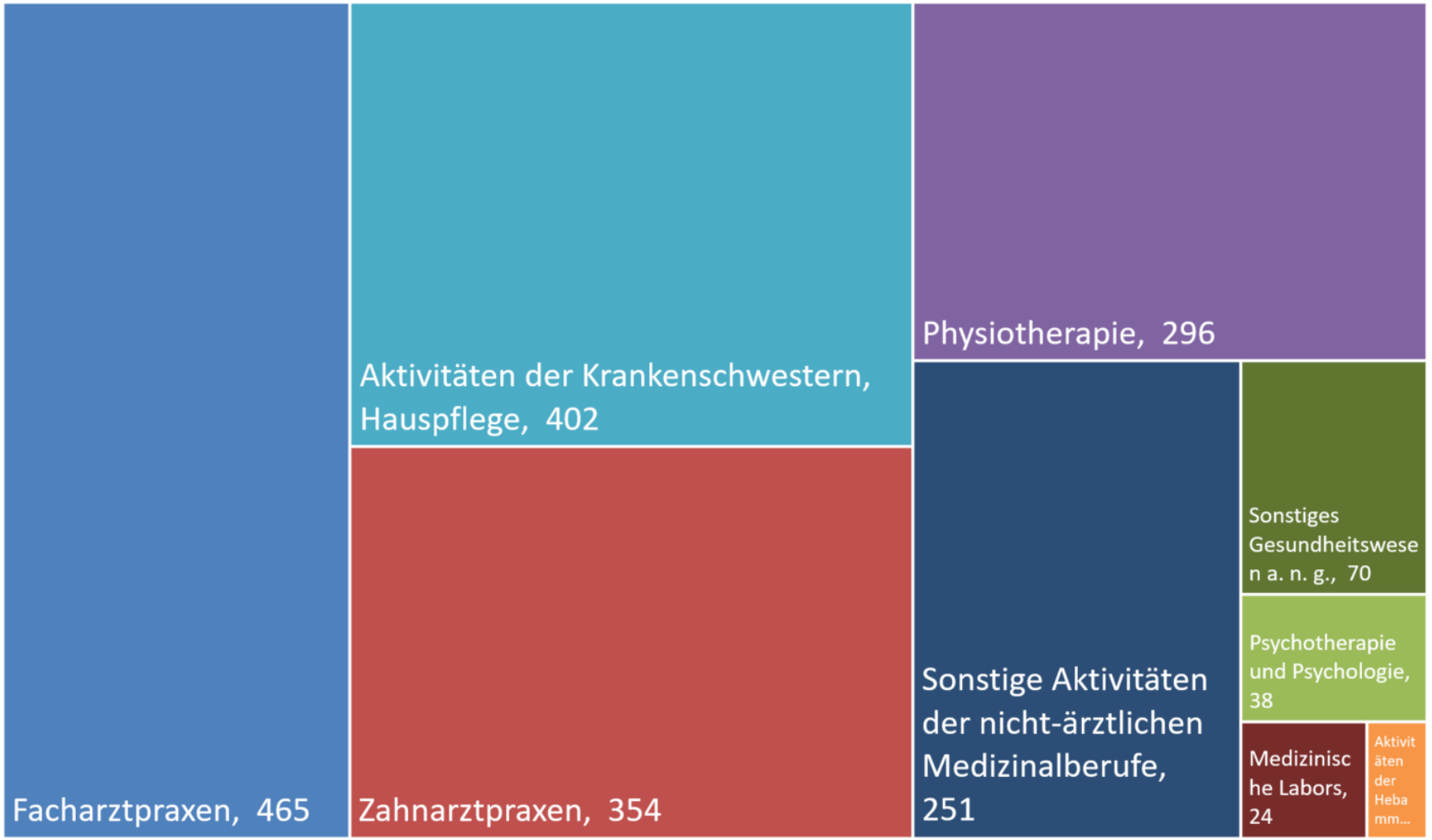
Stationäre Patienten im Bündner Gesundheitswesen (II)

Exportorientierte Behandlungen in Rehakliniken und Psychiatrie



Beschäftigte im Bündner Gesundheitswesen (ex. Spitäler, Betreuung und Pflege)

Ca. 2’000 Beschäftigte, viele selbstständig erwerbstätige Fachpersonen



Wellness und Medical Wellness in Graubünden: Angebotsanalyse

12 von 40 Bündner Wellnesshotels bieten Aspekte von Medical Wellness

Hotel	Begriff Medical Wellness auf Website vorhanden?	Medical Angebot im Spa Angebot aufgeführt	Ernährung	Stress/Psyche	Anti Aging	Ästhetik/ Schönheit	Therapie
Hotel Belvédère Scuol*	Nein	Ja (Kooperation mit Bogn Engiadina)					x
Waldhaus Flims Alpine Grand Hotel & Spa	3. Ebene	Umfassendes Sortiment			x		x
Arosa Kulm Hotel & Alpin Spa Arosa	Nein	Ja (Medizinische Massagen)					x
Tschuggen Grand Hotel Arosa	2. Ebene	Umfassendes Sortiment		x	x	x	
Hotel Saratz Pontresina	Nein	Ja (Medizinische Massagen)					x
Engadiner Boutique Hotel GuardaVal Scuol	Nein	Ja (Kooperation mit Bogn Engadina)					x
Grand Hotel Kronenhof Pontresina	Nein	Ja (Kooperation mit Mental Coach)		x			
Kempinski Grand Hotel des Bains St.Moritz*	Nein	unter Serviceleistungen (Kooperation mit Swiss Smile)				x	
Hotel Giardino Mountain St.Moritz	Nein	(separates Kur-Programm Ayurveda)	x	x			
Sport-& Wellness Hotel Samnaun	Nein	Ja (Medizinische Massagen)					x
Waldhotel Davos	Nein	Ja (Medizinische Massagen)					x
Hotel Bel Arosa	Nein	Ja (Medizinische Massagen)					x
**als Medical Wellness Hotel klassifiziert*							

Gesundheitswesen und Tourismusnachfrage in Graubünden

Psychiatrische Institutionen

- 18 Clinica Holistica, Susch
- 19 PDGR Beverin, Cazis
- 20 PDGR Waldhaus, Chur
- 21 PDGR Mentalva, Cazis
- 22 KJPD Jugendstation Chur

Reha-Kliniken

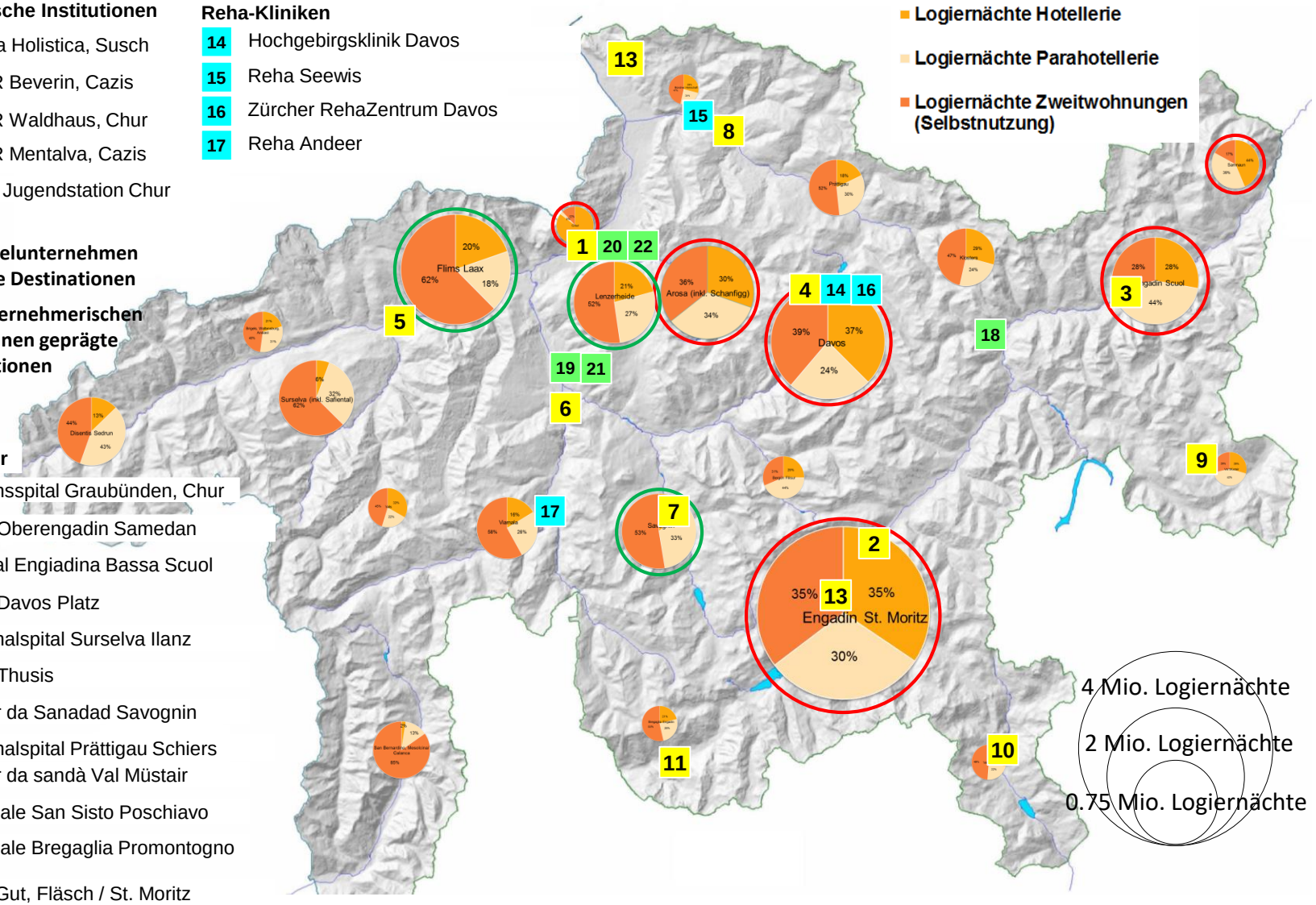
- 14 Hochgebirgsklinik Davos
- 15 Reha Seewis
- 16 Zürcher RehaZentrum Davos
- 17 Reha Andeer

Von Hotelunternehmen geprägte Destinationen

Von unternehmerischen Bergbahnen geprägte Destinationen

Akutspitäler

- 1 Kantonsspital Graubünden, Chur
- 2 Spital Oberengadin Samedan
- 3 Ospidal Engiadina Bassa Scuol
- 4 Spital Davos Platz
- 5 Regionalspital Surselva Ilanz
- 6 Spital Thusis
- 7 Center da Sanadad Savognin
- 8 Regionalspital Prättigau Schiers
- 9 Center da sandà Val Müstair
- 10 Ospedale San Sisto Poschiavo
- 11 Ospedale Bregaglia Promontogno
- 13 Klinik Gut, Fläsch / St. Moritz

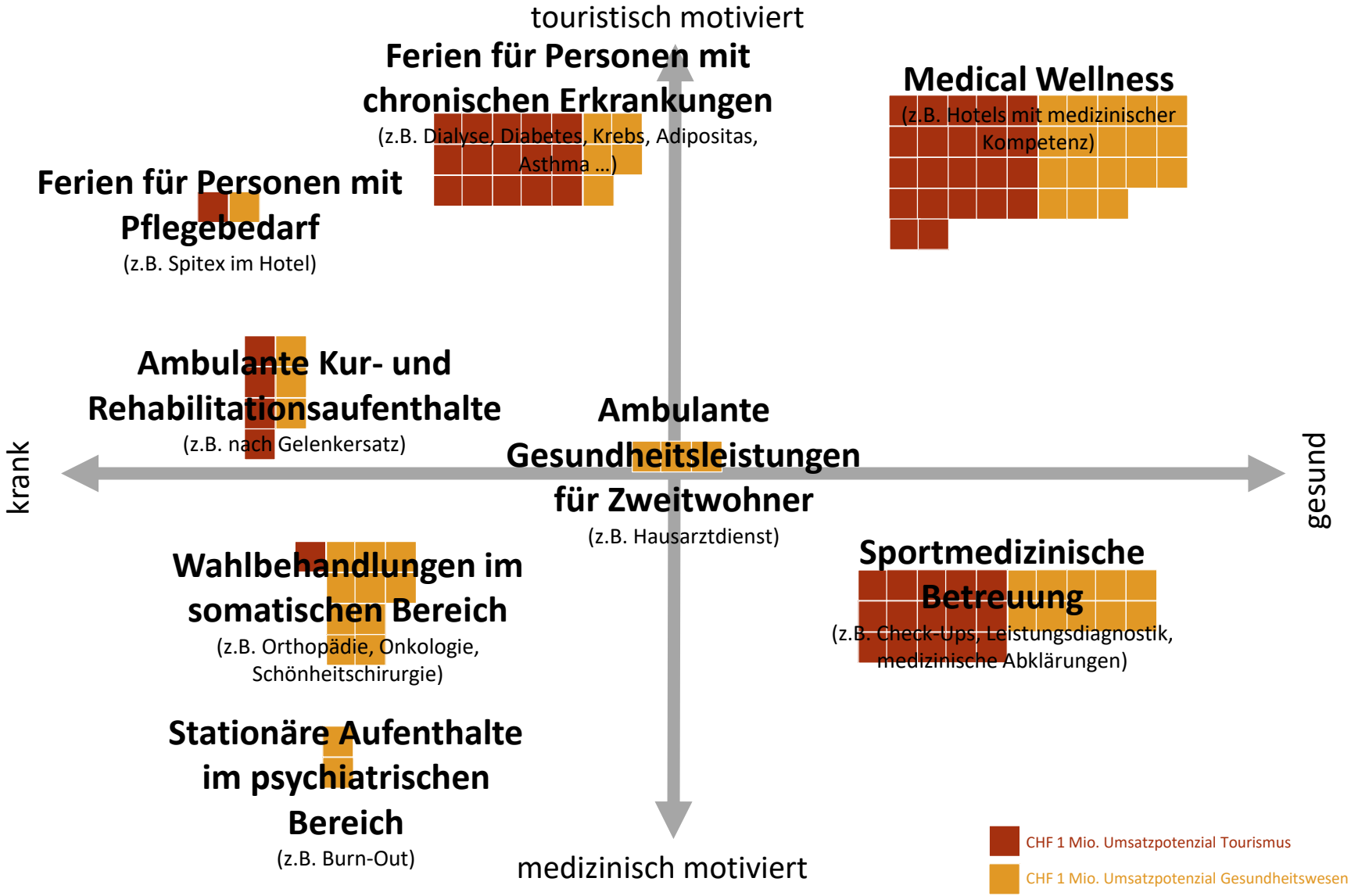


SWOT Gesundheitstourismus Graubünden

	Gefahren	Chancen
Stärken	Aktuelle Entwicklung Nachfrage Regionalspitäler	Wachsendes Gesundheitsbewusstsein Dezentrale Versorgung Zweitwohner in GR Alternde Gesellschaft in der CH Regionale Gesundheitszentren Kostenniveau Schweiz für Patienten aus Schweiz Bestehende Hotellerie
Schwächen	Wenig ausgeprägtes Unternehmertum Relevanz Gesundheitstourismus für einzelne Anbieter Protektionismus der Kantone im Gesundheitswesen Kostenniveau CH für Patienten aus Ausland Derzeit wenig Gesund-heitstourismus i.e.S. in GR	Medizinische Kompetenz in Nischen

3 Potenziale

Potenziale des Gesundheitstourismus in Graubünden: Quantitative Übersicht



Potenzial 1: Sportmedizinische Betreuung

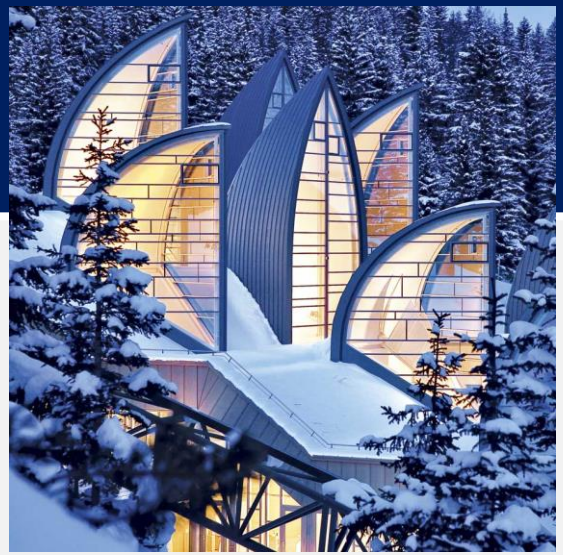
Umsatzpotenzial Tourismus	15'000 – 25'000 Gäste x 3 Übernachtungen x CHF 250 = ~ CHF 11 – 19 Mio. p.a.
Umsatzpotenzial Gesundheitswesen	15'000 – 25'000 Betreuungen x CHF 500 pro Betreuung = ~ CHF 7.5 – 12.5 Mio.
Erfolgsvoraussetzungen	Ärzte und Spitäler müssen interessante sportmedizinische Betreuungsangebote entwickeln und gemeinsam mit der 4*- und 5*-Hotellerie vermarkten. Vernetzungsanstrengungen müssen die kritische Wahrnehmungsschwelle überschreiten.
Wer muss aktiv werden?	Gefragt ist die Initiative der Ärzte/Spitäler und das Interesse der Hotels. Destinationsorganisationen können die Vermarktung unterstützen, wenn zwischen Hotels und Ärzte/Spitäler gute Teams vorhanden sind.

Potenzial 2: Medical Wellness

Umsatzpotenzial Tourismus	Ansiedlung 1 – 2 neuer Medical Wellness Hotels: ~ CHF 10 – 20 Mio. Etablierung Netzwerkangebot für bestehende Hotellerie: ~ CHF 10 Mio.
Umsatzpotenzial Gesundheitswesen	Ansiedlung 1 – 2 neuer Medical Wellness Hotels: ~ CHF 5 – 10 Mio. Etablierung Netzwerkangebot für bestehende Hotellerie: ~ CHF 10 Mio.
Erfolgsvoraussetzungen	Netzwerkangebot: Schaffung einer Organisation, die in der Lage ist, ein attraktives Medical-Wellness Portfolio für mehrere Dutzend dezentrale Hotels zur Verfügung zu stellen. Ansiedlung Hotels: Areale in attraktiver Lage (z.B. nähe Regionalspital) zur Verfügung stellen und Investoren/Betreiber finden.
Wer muss aktiv werden?	Netzwerkangebot: Initiative der führenden Hotels oder eines «willigen» Anbieters des Gesundheitswesens Ansiedlung Hotels: Regionalspitäler, interessierte Gemeinden, interessierte private Arealentwickler / Investoren

Potenzial 2: Medical Wellness

Beispiel: Medical Wellness Angebot des Tschuggen Grand Hotels

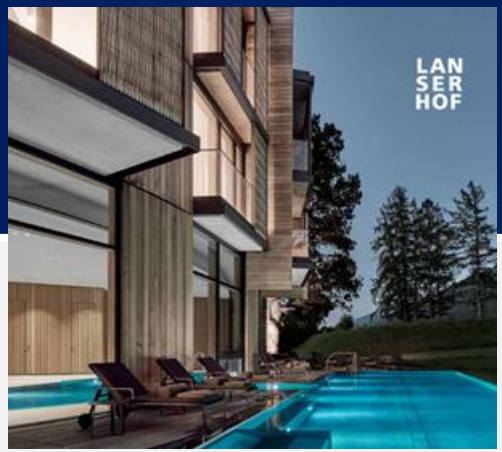


Auszug aus dem Angebot unter dem Titel «Medical Wellness»

- **Ästhetische Dermatologie**
  Faltenunterspritzung (400 CHF); Botox (Botolinumtoxin) (400 CHF); Lippenkorrekturen/Lippenaufbau (400 CHF)
- **Anti-Aging Medizin**
  Diagnose & Gendiagnostik: Im Medical Wellness Center werden Verfahren zur Frühdiagnostik angewandt, welche das Risiko berechnen können.
- **Präventive Medizin und Genetische Diagnostik**
  z.B. AndroSensor 40plus (1'800 CHF); CardioSensor (2'550 CHF); FemSensor 40plus (1'800 CHF); FemSensor PREGNANCY (1'650 CHF); NutrionSensor (1'750 CHF); PharmacoSensor (1'500 CHF); Anti-Aging Therapien
- **Medizinische Leistungen**
  Privatärztliche Beratung: Hautanalyse, Allergieberatung, Sonnenschutzberatung (200 CHF / h), Individuelle Ernährungsberatung und Nahrungsergänzung zur Prävention: Isoflavone und Resveretrol, Vitamine, wichtige Enzyme, ungesättigte Fettsäuren Elektrolyte, Spurenelemente. (200 CHF / h)

Potenzial 2: Medical Wellness

Beispiel: Medical Wellness Hotel Lanserhof



Auszug aus dem Werbeprospekt

(…) «Über drei Jahrzehnte entwickelt und im Lanserhof in der täglichen Praxis gereift. Das LANS Med Concept ist die Verbindung der wertvollsten Erkenntnisse, die uns Natur und Wissenschaft bieten: Die Lehren von Dr. F. X. Mayr, die Weisheit der traditionellen Naturheilkunde, Energiemedizin, Psychologie und Psychoneuroimmunologie, Chronomedizin sowie modernen Spitzenmedizin.

Ein durch und durch ganzheitlicher Ansatz. Im Lanserhof sehen wir den Menschen in seiner Ganzheit – und behandeln ihn dementsprechend vernetzt. Diese besondere Sichtweise kämpft nicht nur gegen die Krankheit – vielmehr fördert sie die Gesundheit.» (…)

Die Lanserhof GmbH erwirtschaftet rund EUR 13.2 Mio. mit ca. 120 Angestellten in Lans. Dazu kommt ein Betrieb am Tegernsee und in Hamburg, weitere sind in Planung.

Potenzial 2: Medical Wellness

Beispiel: ProGenom

Hintergrund
Die ProGenom GmbH - Zentrum für Humangenetik ist im Bereich der personalisierten Medizin, basierend auf persönlichen genetischen Daten tätig.

Angebot
ProGenom ist ein Anbieter von Gentests, der auf drei Bereiche spezialisiert ist:

- **Lifestyle-Analysen:** Tests in den Themenfeldern Ernährung, Abnehmen und Nahrungsmittel-Unverträglichkeiten.
- **Medizinische Analysen:** Tests zur Erkennung der genetischen Disposition in über 20 Themenfeldern (z.B. Brust- oder Prostatakrebs, Osteoporose, Thrombose, Diabetes, Bluthochdruck, Intoleranzen und Schwangerschaft).
- **Leistungssport-Analyse:** Tests zur Optimierung der sportlichen Leistungsfähigkeit.

Potenzial 3: Ferienangebote für Menschen mit chronischen Erkrankungen

Umsatzpotenzial Tourismus	~ CHF 15 Mio.
Umsatzpotenzial Gesundheitswesen	~ CHF 5 Mio.
Erfolgsvoraussetzungen	Wichtig ist, dass sich diejenigen Akteure, die in diesem Geschäftsfeld aktiv werden möchten, konsequent nach den Bedürfnissen der Gäste richten und leicht erkennbare Angebote entwickeln und gezielt vermarkten (z.B. via Patientenorganisationen).
Wer muss aktiv werden?	Je nach Krankheitsbild sind mehr oder weniger medizinische Kompetenzen und Komponenten notwendig. Bei Dialyse-Angeboten oder Diabetes-Einstellungen sind beispielsweise die Anbieter des Gesundheitswesens gefordert, die Initiative zu ergreifen. Bei Krankheiten, die insbesondere pflegerische Unterstützung benötigen sind Spitex und die Hotels und allenfalls Alters-/Pflegeheime gefragt, Angebote zu entwickeln.

Potenzial 3: Ferienangebote für Menschen mit chronischen Erkrankungen

Krankheitsbild	Anzahl betroffene Menschen in der Schweiz
Dialysebedarf	Ca. 4'500 Personen
Diabetes	Ca. 500'000 Personen, davon 40'000 mit Typ I
Adipositas	Ca. 500'000 Personen, darunter 60’000 Kinder
Dermatologischen Erkrankungen	Ca. 800'000 Personen
Asthma	6% aller Erwachsenen, 12% aller Kinder, d.h. ca. 150'000 Kinder und ca. 400'000 Erwachsene
Allergien	20 - 30 % aller Erwachsenenen
Chronisch obstruktiven Lungenkrankheit	Ca. 400'000 Personen
Zystischer Fibrose	Ca. 1'000 Personen
Herzinsuffizienzen	Ca. 150'000 Personen
Neuromuskulären Erkrankungen	Ca. 10'000 Personen

Potenzial 3: Ferienangebote für Menschen mit chronischen Erkrankungen

Beispiel: Dialyseferien

Ausgangslage & Kurzbeschrieb

- Rund 4‘500 Dialysepatienten in der Schweiz
- Deutschland: 80'000 Patienten
- Jährliche Wachstumsrate beträgt aktuell rund 5 Prozent
- Rund ein Drittel der Dialysepatienten sind an Ferienangeboten interessiert.

Angebotssituation in Graubünden

- Dialysezentren in Chur (28 Plätze), im Spital Davos (5 Plätze) und im Spital Oberengadin (5 Plätze)

Grobschätzung Potenzial für Gesundheitstourismus in Graubünden

- Aktuell, d.h. ohne aktive Produktentwicklung und –vermarktung lassen sich pro Jahr ca. 100 Feriengäste in den Dialysezentren in Graubünden behandeln.
- Aktive Vermarktung → x5 → 3’200 bis 8’400 LN, inkl. Begleitperson
- Betroffene Patienten sind gut organisiert sind und können relativ direkt und kostengünstig über einzelne Plattformen angesprochen werden

Potenzial 3: Ferienangebote für Menschen mit chronischen Erkrankungen

TOURISTIK

Reisen und Gesundheit: Bei Knecht wächst etwas zusammen

Tourismus: Weltweiter Boom-Markt. Gesundheitswesen: Legt in entwickelten Ländern nur schon wegen der demografischen Kurve ständig zu. Ein Unternehmer, der beides Schrittchen um Schrittchen zusammenbringt, ist **Thomas Knecht,** Präsident der **Knecht Holding.** Zwar ist das Unternehmen aus Windisch AG vor allem durch seine touristischen Brands wie etwa **Eurobus, Baumeler** oder **Knecht Reisen** bekannt. Aber Knecht, einstiger Chef von **McKinsey Schweiz,** macht auch im Healthcare-Bereich vorwärts. Jüngst etwa per Übernahme der aargauischen Firma **Bisconet,** die Spezialreisen für Dialyse-Patienten anbietet. Das ist zwar ein nur kleinvolumiges Business, erzeugt aber loyale Kundschaft: «Bisconet begleitet und betreut Passagiere, die in ihrer Reisetätigkeit eingeschränkt sind. Das ist ein Nischengeschäft, es passt aber zur Knecht-Strategie, im Reisegeschäft neue Felder zu besetzen», sagt **Sascha Dimitriadis,** der die Übernahme gruppenintern betreut. Bereits in der Vergangenheit engagierte sich Knecht im Gesundheitssektor, etwa per Übernahme einer Spitex-Organisation sowie einer Patienten-Transportfirma. Neben dem Kernbusiness Reisen und Transport werde die Sparte Healthcare weiterentwickelt, sagte Thomas Knecht jüngst zum Touristik-Fachblatt **«Travel Inside»:** «Kein Wachstum ohne Risiko. Kein Wachstum ist Risiko.» (ag)

400

Millionen Franken Umsatz bündelt die Knecht Holding aus Windisch AG.

Thomas Knecht, Präsident Knecht Holding. Forciert Reisen. Und Gesundheit.

Potenzial 3: Ferienangebote für Menschen mit chronischen Erkrankungen

Willkommen bei Bisconet AG Dialyse-Reisen

Reisen und leben Sie besser mit Dialyse.

Lassen Sie sich von Ihren Dialysen nicht vom Reisen abhalten. Reisen ist wichtig für das Gefühl, möglichst normal zu leben. Froh sein und gut fühlen, die Routine verändern und Neues entdecken, spezielle Menschen kennen lernen ist sehr wichtig. Lassen Sie Bisconet AG Ihre Reisepläne betreuen. Die Mitarbeiter verstehen die Ängste der Dialyse-Patienten, wenn es ums Reisen geht.

Die einfachste und sicherste Art mit Dialyse zu reisen ist sicher auf einem Kreuzfahrt-Schiff.

Wir freuen uns, dass Sie unsere Webseite besuchen

Claudia Candrian Huber und Nick Huber
Inhaber Bisconet AG

Potenzial 4: Wahlbehandlungen im somatischen Bereich

Umsatzpotenzial Tourismus	Gering, da auf Begleitpersonen beschränkt
Umsatzpotenzial Gesundheitswesen	• Bedeutender als die absolute Umsatzzahl ist in diesem Fall die Generierung von Deckungsbeiträgen durch die verbesserte Auslastung der Infrastruktur und die Erhöhung der Fallzahlen. • Bei 18 Nischen (6 Spitäler à 3 Nischen) mit je 50 ausserkantonalen oder internationalen Patienten ergibt sich ein Umsatzpotenzial von ca. acht bis neun Millionen Franken.
Erfolgsvoraussetzungen	Zentraler Erfolgsfaktor ist die medizinische Kompetenz. Darüber hinaus sind Zuweisermechanismen in der Vermarktung bedeutend und bei internationalen Gästen sind auch interne Anforderungen an Sprach-kenntnisse und interkulturelle Kompetenz zu gewährleisten.
Wer muss aktiv werden?	Initiative der einzelnen Spitäler. In der Vermarktung können Synergien geprüft werden

Potenzial 4: Wahlbehandlungen im somatischen Bereich

Beispiel:
Neuro- und Wirbelsäulenzentrum Spital Schiers

Das vor einigen Jahren neu erbaute Spital Schiers mit 41 Einzelzimmern verfügt über ein Neuro- und Wirbelsäulenzentrum.

Ein anerkanntes Team von Spezialisten behandelt zu festgelegten Zeiten Patienten mit Rückenleiden. Dabei werden konservative und operative Therapieformen angeboten.

Seit Einführung dieses Angebots im Herbst 2017 wurden bereits über 100 Personen operativ behandelt, davon die Mehrheit mit Wohnsitz Graubünden.

Dieser Erfolg basiert auf drei Bausteinen:
1) eine hohe medizinische Kompetenz, die aufgrund des Belegarztprinzips in Schiers vorhanden ist,
2) ein Regionalspital mit modernster medizinischer Infrastruktur, das 3) für Patienten einen hohen Komfort (nur Einzelzimmer) bietet

Potenzial 5: Stationäre Aufenthalte im psychiatrischen Bereich

Umsatzpotenzial Tourismus	Gering, da auf Begleitpersonen beschränkt
Umsatzpotenzial Gesundheitswesen	• Wenn es gelingt, die Zahl der ausserkantonalen und internationalen Patienten um 10 Prozent zu erhöhen, sind dies zusätzliche ca. 40 bis 50 Patienten. Bei einer durchschnittlichen Baserate von CHF 600 pro Tag und 17 Tagen Aufenthaltsdauer resultiert in zusätzlicher Umsatz von CHF 0.5 Mio. pro Jahr. • Bedeutender als die absolute Umsatzzahl ist in diesem Fall die Generierung von Deckungsbeiträgen durch die verbesserte Auslastung der bestehenden Ressourcen der Kliniken.
Erfolgsvoraussetzungen	Kombination von hochstehender Behandlungsqualität und attraktives Gesamtangebot für den Patienten und gegebenenfalls seine Begleitpersonen
Wer muss aktiv werden?	Initiative der einzelnen Kliniken, in der Vermarktung können Synergien geprüft werden

Potenzial 5: Stationäre Aufenthalte im psychiatrischen Bereich

Beispiel: Clinia Holistica in Susch

Die Clinica Holistica ist eine Fachklinik für Stressfolge-erkrankungen («Burnout»). Sie weist drei Angebotskategorien im Bereich der Behandlung von Stressfolgeerkrankungen auf:

- **Stationäre Behandlung** von Stressfolgeerkrankungen (Burnout, Depressionen, Angststörungen, psychosomatische Störungen und Belastungsstörungen). Die Therapien sind individuell und umfassen schul- und komplementärmedizinische Aspekte.

- **Prävention** durch Einzelberatungen, Gruppen- und Firmenangebote. Für Einzelpersonen werden Präventionswochen angeboten, die den Aufenthalt in der Clinica Holistica umfassen und individuell zusammengestellt werden.

- Das Angebot der **Refresher-Woche** richtet sich an ehemalige Patienten, welche die erworbenen Stressbewältigungsstrategien auffrischen möchten.

Potenzial 6: Ambulante Behandlung Zweitwohner

Umsatzpotenzial Tourismus	Gering, da kaum zusätzliche Ausgaben der Zweitwohner zu erwarten sind
Umsatzpotenzial Gesundheitswesen	Bei fünf Prozent aller 55'000 Zweitwohnern und zwei Konsultationen à CHF 400 pro Jahr: ca. CHF 2.2 Mio.
Erfolgsvoraussetzungen	Entwicklung von Angeboten, die sich an den Bedürfnissen und der zeitlichen Verfügbarkeit von Zweitwohnern orientieren
Wer muss aktiv werden?	Initiative der einzelnen Regionalspitäler

Potenzial 7: Ambulante Rehabilitation

Umsatzpotenzial Tourismus	CHF 3 – 4 Mio. CHF (Berechnung: 150 Patienten (teilweise mit Begleitperson) x fünf Programme x zwei Wochen Aufenthalt)
Umsatzpotenzial Gesundheitswesen	CHF 2 – 2.5 Mio. CHF (Berechnung: 150 Patienten in fünf Bereichen/Programmen à CHF 3'000 pro Programm und Patient)
Erfolgs-voraussetzungen	Entwicklung von Angeboten in enger Kooperation von Gesundheitswesen und Tourismus, bei Programmen mit klarem Zuweisersystem aus dem Mittelland, idealerweise in Form einer Partnerschaft.
Wer muss aktiv werden?	Bei Programmen Initiative der Spitäler und Heilbäder in Partnerschaft mit der Hotellerie, bei Kurangeboten primär Heilbäder mit Hotellerie

Potenzial 7: Ambulante Rehabilitation

Beispiel: Santasana St. Moritz

Konzept

- Individualisierte ein- dreiwöchige Programme für ambulante Rehabilitation und Prävention von Herz-Kreislauf-Erkrankungen
- Bereiche: Medizinische Eintrittsevaluation, angepasste körperliche Aktivität, Behandlung der Risikofaktoren, gesunde Ernährung mit Anleitung in einem Kochkurs, Life-Tracking und Stressmanagement, Anleitung zu herzgesundem Lebensstil und mentale Betreuung, medizinische Austrittsevaluation, individuelle Angebote für Begleitpersonen.

Partner

- Heilbad St. Moritz, die Klinik Gut, das Universitätsspital Zürich
- Hotels Laudinella und Reine Victoria, Kempinski Grand Hôtel des Bains

Erfolgsfaktoren

- Partnerschaft mit dem Universitätsspital Zürich
- Auf individuelle Gästebedürfnisse zugeschnittene Kombination von Gesundheit und Tourismus.

Potenzial 8: Ferienangebote für Menschen mit Pflegebedarf

Umsatzpotenzial Tourismus	CHF 500'000 bis CHF 1'000’000 (Annahme: von den rund 40 Prozent aller Zweitwohner nehmen zwei Prozent solche Angebote in Anspruch, dazu kommen ca. halb so viele Hotelgäste)
Umsatzpotenzial Gesundheitswesen	CHF 500'000 bis CHF 1'000’000
Erfolgsvoraussetzungen	Angebote, die sich an den Gästebedürfnissen orientieren, adäquate Infrastruktur vor Ort (z.B. Hotelzimmer)
Wer muss aktiv werden?	Initiative der einzelnen Hotels und/oder der Spitex-Organisationen

Potenzial 8: Ferienangebote für Menschen mit Pflegebedarf

Beispiel: Claire & George

Die Stiftung Claire & George vermittelt seit 2013 individuelle Ferien in Hotels der ganzen Schweiz mit Spitex- oder weiteren Unterstützungs- oder Entlastungsservices nach Bedarf. Die Dienstleistung richtet sich an Gäste mit Behinderungen oder altersbedingten Einschränkungen.
Sie fungiert als **Kompetenzzentrum, Drehscheibe sowie Vermittlungs- und Vermarktungsplattform zwischen Hotellerie, Kunden und Anbietern von ambulanten Pflege- und Unterstützungsdienstleistungen**.

Im Kanton Graubünden sind per 4. September 2018 sieben Unternehmen in St. Moritz, Davos, Arosa, Scuol und Mustair vertreten, insgesamt sechs Hotels und ein Alterszentrum auf der Plattform von Claire & George. Total sind auf der Plattform von Claire & George 45 Hotels in der Schweiz aufgeführt, die Spitexdienstleistungen anbieten, bzw. in Koordination mit der Spitex vor Ort anbieten.

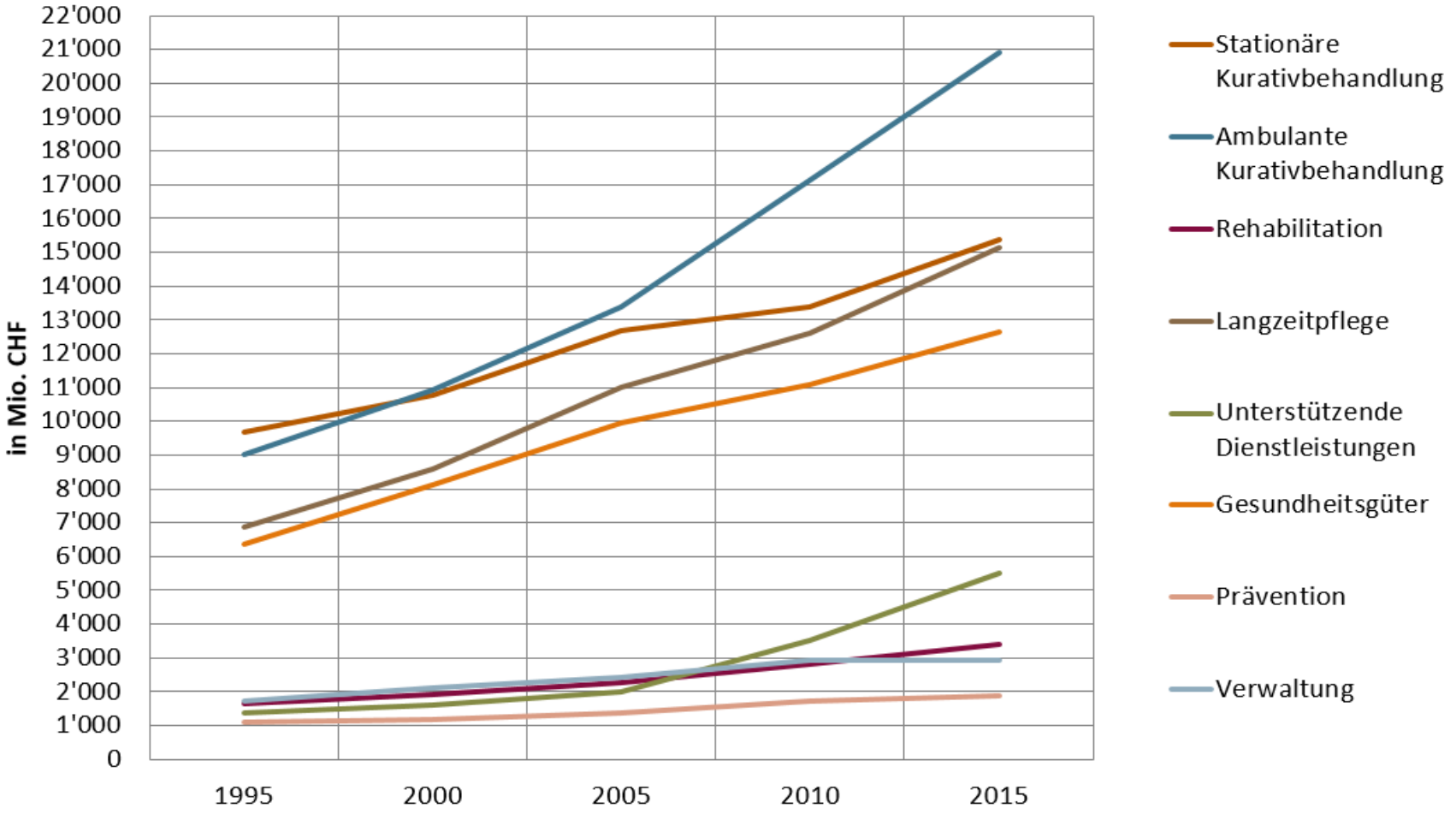
Zusammenfassung Potenziale

Themenfeld	Umsatzpotenzial Tourismus (Mio. CHF)	Umsatzpotenzial Gesundheitswesen (Mio. CHF)
Sportmedizinische Betreuung	~ 11 – 19	~ 7.5 - 12.5
Medical Wellness (Netzwerk)	~ 5 – 10	~ 10
Medical Wellness (Hotelansiedlung)	~ 10 - 20	~ 5 - 10
Ferienangebote für Menschen mit chronischen Erkrankungen	~ 15	~ 5
Wahlbehandlungen im somatischen Bereich	Gering	~ 8 - 9
Stationäre Aufenthalte im psychiatrischen Bereich	Gering	~ 0.5
Ambulante Gesundheitsdienstleistungen für Zweitwohner	Gering	~ 2 – 2.5
Ambulante Rehabilitation	~ 3 – 4	~ 2 – 2.5
Ferienangebote für Menschen mit Pflegebedarf	~ 0.5 – 1	~ 0.5 – 1
Total	**44.5 – 69**	**41.5 – 53**
Gesamttotal	**86 – 122**	

4 Schlussfolgerungen & Empfehlungen

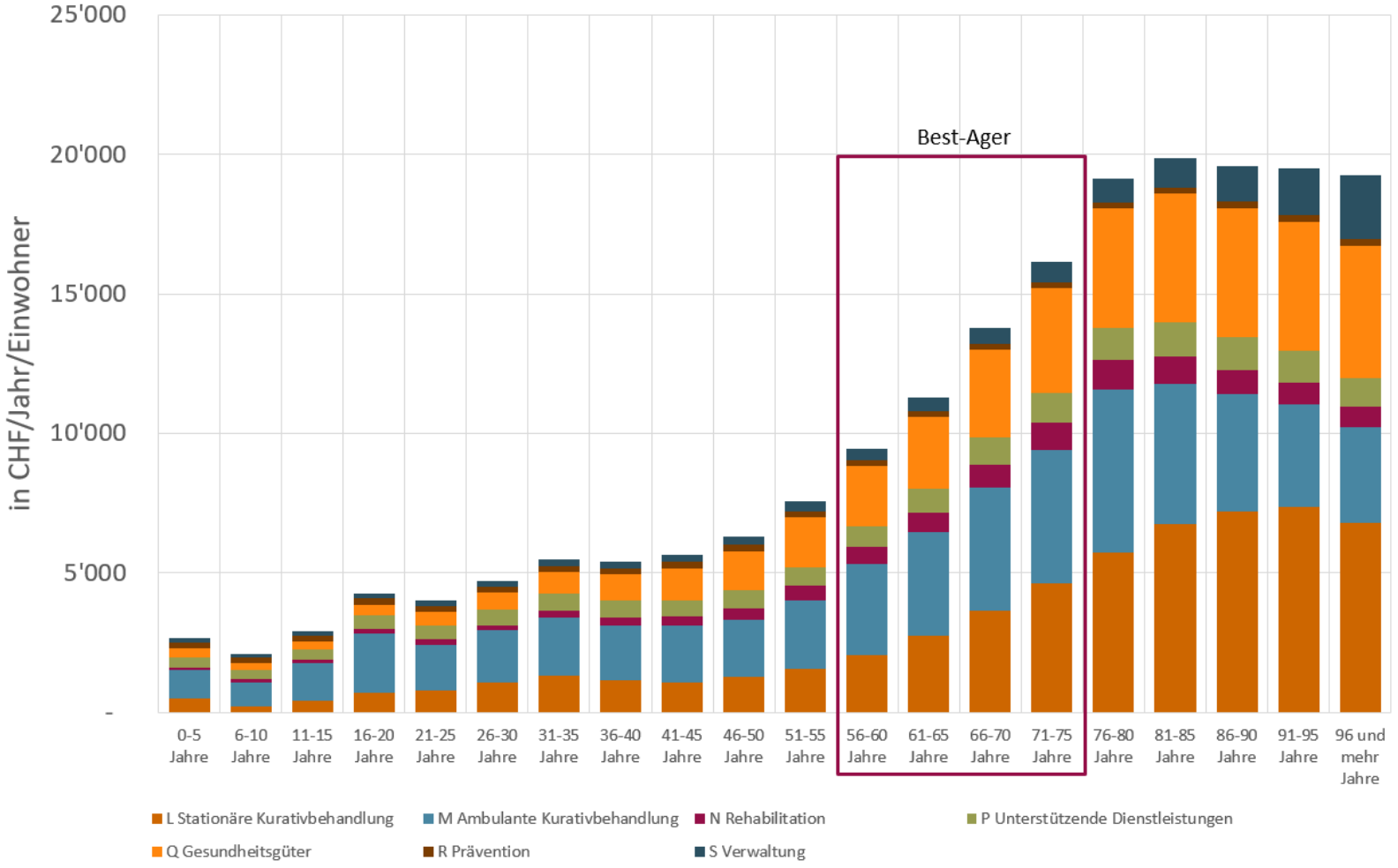
Wachstum des Gesundheitsmarktes CH

Steigende Nachfrage nach Gesundheitsdienstleistungen als Basis für Gesundheitstourismus in Graubünden



Verteilung der Gesundheitsausgaben nach Altersklassen im 2015

Best Ager als Zielgruppe für Gesundheitstourismus



Voraussetzungen / Limitierungen

Voraussetzungen für den Aufbau von Gesundheitstourismus in Graubünden:

1. **«Kooperation der Willigen und Fähigen»,** primär aus dem Gesundheitswesen, da im Zentrum der Angebote oft die Gesundheit steht
2. **Spitäler in den Tourismusregionen** sind wichtige Treiber
3. **Angebote in Netzwerken entwickeln:** Kooperationen zwischen Hotels, Spitälern, spezialisierten Ärzten, Zentrumsspital in Chur sind entscheidende Erfolgsfaktoren
4. **Unternehmertum:** Strukturen und Anreize schaffen, um unternehmerischen Spielraum zu entwickeln

Empfehlungen

Bottom up-Ansatz durch Unternehmen verfolgen, unterstützt durch Kanton Graubünden

Spitäler (insb. auch die Regionalspitäler)

- Entwicklung von Angeboten prüfen
- Grundlagen schaffen (z.B. Statistiken)
- Austausch unter den Spitälern
- Führung der Produktentwicklung übernehmen
- Arealsynergien (mittel- und langfristig) prüfen

Übrige Akteure des Gesundheitswesens

- Gästebedürfnisse berücksichtigen (z.B. Öffnungszeiten)
- Kooperation mit Hotels und Spitälern suchen
- Springerdienste in Kooperation mit Hotel anbieten
- Vermarktung via Hotellerie

Hotellerie

- Mit Vermittler arbeiten
- Eigene gesundheitstouristische Angebote
- Angebote von Gesundheitsanbieter

Tourismusorganisationen

- Nur aktiv werden, wenn klares Interesse und Produkte vorhanden

Kanton

- Sensibilisieren, koordinativ unterstützen.
- Initialphase flankierend kantonale Plattform

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit