

Sonderbeilage

Neue Zürcher Zeitung
8021 Zürich
044/ 258 11 11
www.nzz.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 122'803
Erscheinungsweise: unregelmässig



Themen-Nr.: 516.17
Abo-Nr.: 516017
Seite: 11
Fläche: 35'092 mm²

Mehr als warmes Wasser

Rheinfelden, Bad Zurzach, Baden und Schinznach buhlen mit ihren Thermalbädern auf engem Raum um Gäste.

Die Freizeit- und Therapiezentren wählen im Kampf um Kundschaft einen Mittelweg zwischen Kooperation und Wettbewerb.

Andreas Schmid

In einem Heilbad möchte kaum jemand die Freizeit verbringen. Also preisen sich die Thermalbäder von Rheinfelden, Bad Zurzach, Baden und Schinznach – wie ihre vielen Mitbewerber in der Schweiz, Deutschland und Österreich auch – als erlebnisorientierte Erholungs-Oasen, Gesundheits- und Wellness-Zentren oder Familien- und Fun-Arenen an.

Thomas Kirchhofer als Verwaltungsratspräsident des Parkresorts Rheinfelden stellt fest: «Wir haben in den letzten Jahren eine stürmische Entwicklung durchgemacht und sind zu einem attraktiven Player auf dem Freizeitmarkt der Nordwestschweiz geworden.» Zugleich habe sich aber auch die Konkurrenzsituation verschärft, sagt Kirchhofer. Der Wettbewerb spiele sich nicht nur zwischen den Bädern im Aargau und jenen in Nachbarregionen ab, sondern man bemühe sich um das gleiche Publikum wie Kinos, Konzertveranstalter oder Organisatoren von Sportanlässen.

Im Kanton Aargau ist die Konstellation speziell, weil gleich vier Thermalbäder zur Auswahl stehen. «Das ist einzigartig», sagt Peter Schläpfer, der Geschäftsführer von Bad Zurzach Tourismus. Die konkurrierenden Anbieter versuchen denn auch, einen Kompromiss zwischen Zusammenarbeit und Selbstvermarktung zu finden. Die Dachorganisation Aargau Tourismus präsentiert die Bäder in einer Einheit als Wellness-Region, was auch im Werbeslogan «Wellness hoch vier» Ausdruck findet. Zudem wird ein Pass verkauft, der in den vier Anlagen gültig ist.

Breite Angebotspalette

Trotz gemeinsamen Anstrengungen gelte es, sich eigenständig zu positionieren, sagt Schläpfer. Bad Zurzach wirbt einerseits mit seinen speziellen Glauber-

salz-Quellen, andererseits versucht es, eine möglichst breite Kundschaft anzusprechen. Ein Papa-Moll-Bad etwa soll Familien mit kleinen Kindern beglücken; andere Becken zielen mit zahlreichen Attraktionen sowohl auf Vergnügen und Erlebnis Suchende als auch auf Wellness-Gäste. Freitags ist die Anlage zudem bis um Mitternacht geöffnet, um Jugendlichen einen speziellen Ausgang zu ermöglichen. In den letzten vier Jahren hat die Thermalbad AG 9 Millionen Franken verbaut, in einer nächsten Etappe wird ab kommendem Sommer eine ähnliche Summe in eine neue Saunalandschaft und ein Solebad investiert.

Mit mehreren Kliniken und Hotels rund um das Thermalbad hat Bad Zurzach zudem ein breites medizinisches und gastronomisches Angebot geschaffen, um neben Tagesgästen auch länger verweilende Kunden anzuziehen. 2011 kamen rund eine halbe Million Gäste in die Bäder. Vergangenen Juni wiesen sie den 30-millionsten Eintritt aus.

In Rheinfelden besuchten im vergangenen Jahr 550 000 Personen die Bade- und Saunalandschaft. Damit habe sich die Zahl der Gäste seit 2002 verdoppelt, sagt Verwaltungsratspräsident Kirchhofer. Die Parkresort AG habe in den letzten Jahren 70 Millionen Franken in die Infrastruktur von Bädern, Hotels und Logistik gesteckt.

Bereits seit vier Jahren wird in Baden an einem Projekt für ein neues Thermalbad gearbeitet. Eine vom Tessiner Architekten Mario Botta geplante neue Therme mit Ärztehaus, Gesundheits- und Rehabilitationsklinik stösst allerdings auf einigen Widerstand. Die Interessengemeinschaft «schöner baden» fordert eine Revision der Pläne, weil das Projekt das historische Bäderquartier zu «verschandeln» drohe. Diese Kritik weist Christine Zehnder von der Betreibergesellschaft Verena Hof zu-

rück: Man habe sich während der ganzen Projektierungsphase mit den Anliegen der Opposition auseinandergesetzt.

Baden schliesst alte Anlage

Die Verena Hof AG hofft, spätestens im Herbst 2013 mit dem gegen 250 Millionen Franken teuren, über zwei Jahre dauernden Neubau beginnen zu können. Das defizitäre bestehende Bad werde Ende Juni geschlossen, weil der Betrieb aufgrund des Zustands und der veralteten technischen Einrichtungen nicht mehr zu verantworten sei, gab die Verena Hof AG vor einer Woche bekannt. 14 von 29 Angestellten werden nicht weiter beschäftigt. Jährlich besuchten laut Zehnder nur noch 100 000 Gäste das Bad. Für die neue Therme geht sie von 430 000 Eintritten pro Jahr aus.

Im Wettbewerbsumfeld seien für die Therme Baden vor allem Bad Zurzach und Schinznach von Belang, sagt Zehnder. Daneben sei die Konkurrenz von Rheinfelden spürbar, aber auch jene des neuen Bads auf dem Zürcher Hürlimann-Areal. «Es findet ein Verdrängungskampf statt, der eine klare Positionierung verlangt.»

Diese Ausrichtung legt Schinznach breit aus: Zum einen setzt es auf die Anziehungskraft seiner heilenden Schwefelquelle, zum anderen wirbt es mit einem Erlebnisbad für Familien sowie einem Spa-Bereich. Dieser soll Ruhesuchende ansprechen und ist Kindern nicht zugänglich. Marcus Rudolf, Direktor der Bad Schinznach AG, beobachtet angesichts des vielseitigen Angebots rundherum eine steigende Anspruchshaltung: «Die Gäste werden immer wählerischer und verwöhnter. Deshalb müssen die Bäder auf Trends reagieren und ihre Infrastruktur modernisieren.» Die Bad Schinznach AG, die jährlich bis zu 400 000 Eintritte verbucht, hat in jüngerer Zeit 24 Millionen Franken für neue

Datum: 04.05.2012

Neue Zürcher Zeitung

Sonderbeilage

Neue Zürcher Zeitung
8021 Zürich
044/ 258 11 11
www.nzz.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 122'803
Erscheinungsweise: unregelmässig



Themen-Nr.: 516.17
Abo-Nr.: 516017
Seite: 11
Fläche: 35'092 mm²

**Anlagen und Sanierungen ausgegeben.
Auch im Aargau müssen sich die
Thermalbäder aufgrund des Wettbe-
werbs innovativ und investitionsfreudig
zeigen, wollen sie nicht baden gehen.**