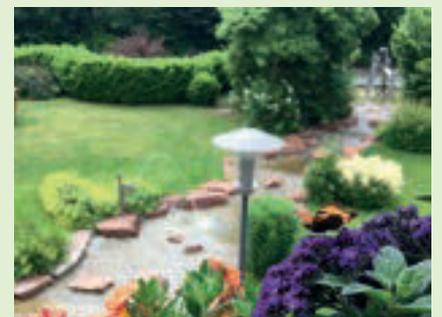




Geschäftsbericht

2020

Im Hier und Jetzt





Unverzichtbar für Hessen

Hessens Heilbäder und Kurorte beschäftigen rund 40.000 Menschen, die für medizinisch-therapeutische Behandlungen sorgen, für eine ansprechende Umgebung, für erholsame Aufenthalte, für die Gesundheit der Kurgäste. Und gleichzeitig sichern sie mehrere zehntausend weitere Arbeitsplätze, die direkt und indirekt von Kur und Tourismus abhängen. Das Ergebnis ihrer Arbeit lässt sich in einer Brutto-Wertschöpfung von 2,2 Milliarden Euro pro Jahr bemessen.

Doch das ist nur die Seite der Zahlen. Die Bedeutung der Heilbäder und Kurorte wird gerade in den ländlichen Räumen sichtbar. Dort leisten sie einen wichtigen Beitrag zur regionalen Wirtschaft und zum Arbeitsmarkt. Als Kompetenzzentren für Vorsorge, Kuration und Rehabilitation sind sie gleichzeitig unverzichtbare Teile des Gesundheitssystems.

Die Hessische Landesregierung weiß, was Hessen an seinen Heilbädern und Kurorten hat. Deshalb schafft sie mit der „Zuweisung für Heilkurorte“ in Höhe von 13 Millionen Euro pro Jahr die finanzielle Basis, damit die prädikatisierten Gesundheitsstandorte den gesetzten Qualitätskriterien gerecht werden können. Deshalb hat sie die kurspezifische und touristische Infrastruktur seit dem Jahr 2000 mit durchschnittlich zwei Millionen Euro pro Jahr gefördert und damit wiederum Investitionen von rund 90 Millionen Euro ausgelöst. Und deshalb unterstützt sie die Heilbäder und Kurorte auch in der gegenwärtigen Corona-Pandemie: Um die gravierenden Auswirkungen abzumildern, werden die Heilbäder und Kurorte in den Jahren 2020 bis 2022 mit zusätzlichen 15 Millionen Euro aus dem Programm „Hessens gute Zukunft sichern“ gefördert.

Ich bin sehr froh, dass die Heilbäder und Kurorte ständig an ihrer Zukunftsfähigkeit arbeiten, Lösungswege suchen und Antworten auf ihre Herausforderungen finden. Mit der Neubegründung ihrer Marke DIE KUR haben sie sich eine Perspektive geschaffen, die nachhaltig wirkt.

Mein Dank gilt all jenen, die sich so engagiert für die Heilbäder und Kurorte in Hessen einsetzen und sie so kreativ gestalten. Bleiben Sie weiterhin eine Inspiration für unser Land, seine Bürgerinnen und Bürger und seine Gäste.

Tarek Al-Wazir
Hessischer Minister für Wirtschaft,
Energie, Verkehr und Wohnen



KURvision

Als sich im März 2020 die Türen der gastronomischen Betriebe, die Rolltore der Geschäfte, die Pforten der Museen, Thermen, Theater, Kinos schlossen und „Deutschland runter fuhr“, war vielen noch nicht bewusst, wie sich ihr eigenes Leben in kürzester Zeit verändern wird. Home-Office statt Bürogemeinschaft, Familie statt Freundeskreis, alleine joggen statt Mannschaftssport. Hauptsache, das Virus bekommt keine Chance, sich weiterzuverbreiten. Der „Shutdown“ war ein notwendiger Schritt in einer noch nie dagewesenen Situation mit weitreichenden Folgen – besonders für die Heilbäder und Kurorte in Hessen. Denn ohne Gast keine Kur, ohne Angebot keine Erholung, ohne Klinik keine Chance auf Heilung.

Der Tourismus mit seiner weltweiten Ausprägung bildet die Infrastruktur für die Verbreitung des Virus. Und so verwundert es kaum, dass die Pandemie innerhalb kürzester Zeit für jeden Einzelnen auf der ganzen Welt zu einer Herausforderung geworden ist. Bei all unseren Gesprächen – und davon haben wir im Jahr 2020 sehr viele geführt – sind wir auf offene Ohren gestoßen. Die Sorgen und Nöte der Heilbäder und Kurorte werden ernst genommen. Dafür gilt unser herzlicher Dank der Hessischen Landesregierung und den Abgeordneten des Hessischen Landtags sowie den Kommunalen Spitzenverbänden, die sich unserer Themen engagiert angenommen haben.

Unser besonderer Dank gilt dem Hessischen Ministerpräsidenten Volker Bouffier, Staatsminister Michael Boddenberg sowie dem für die Heilbäder und Kurorte zuständigen Staatsminister Tarek Al-Wazir mit Staatssekretär Dr. Philipp Nimmermann.

Wir freuen uns über sehr gute Verbindungen zum Hessischen Umweltministerium sowie zum Sozialministerium, die uns in den verschiedensten Themenfeldern kompetent zur Seite stehen. In unseren Dank schließen wir ausdrücklich die Teams der Ministerien – und hier besonders das Referat Tourismus und Freizeitwirtschaft des Hessischen Wirtschaftsministeriums mit Ulrike Franz-Stöcker, Ute Hellberg und Edeltraud Schindler – mit ein.

Wir sind froh und dankbar, dass das Land Hessen mit zusätzlichen 15 Millionen Euro aus dem Sondervermögen „Hessens gute Zukunft sichern“ die Heilbäder und Kurorte fördert. Damit erhöht sich die Zuweisung zu den Belastungen der Heilkurorte für die Jahre 2020 bis 2022 von 13 auf 18 Millionen Euro jährlich. Das ist eine sehr gute Hilfe, die dazu beitragen wird, die dringend benötigten Angebote in den prädikatisierten Orten zu sichern. Die Summe wird jedoch nicht ausreichend sein, um den hohen Standard des Kur- und Bäderwesens zu erfüllen. Große Sorgen bereiten uns besonders die Thermen, deren ohnehin hohes Defizit weiter steigt und die kommunalen Haushalte schwer belastet. Es ist eine Frage der Zeit, wann die erste Therme nicht mehr weiterbetrieben werden kann.

Kur und Tourismus bilden die sozio-ökonomischen Lebensgrundlagen für die prädikatisierten Orte. Sie sind das Rückgrat der kurstädtischen Entwicklung und die Basis für ihre Prosperität. 2,2 Milliarden Euro Bruttoumsatz und 205 Millionen Euro Steuern sind das Ergebnis von weit über 40.000 Menschen im Bereich der Gesundheitswirtschaft und mehrerer 10.000 Menschen, die sich in tourismusinduzierten Branchen engagieren. Mit Beginn des ersten Lockdowns seit März 2020 ist die nach den Gesundheitsreformen der 1990er Jahre hart errungene Stabilität außer Kraft gesetzt. Die Schließung der kurspezifischen Einrichtungen, der Stop



der Tagungs- und Kulturwirtschaft und die Schaffung von Kapazitäten für eventuelle Corona-Patienten in den Kliniken treffen die Heilbäder und Kurorte in Hessen erneut bis in das Mark.

Und dennoch: Mit der Rückbesinnung auf ihre Geschichte haben die Heilbäder und Kurorte in Hessen sich eine Perspektive für ihre Zukunft geschaffen. Daraus schöpfen wir unsere Kraft, auch in den Zeiten der Pandemie. Denn so groß die Herausforderungen der Zeit auch sind, die intensive Zusammenarbeit der letzten Jahre hat zu einer starken Gemeinschaft geführt, die sich gegenseitig stützt. Dazu gehört der offene Austausch von Daten und Fakten, die im Jahr 2020 erhoben werden mussten. So leidig die Fragen waren, haben sie doch ein realistisches Bild der jeweiligen Situation in den Orten gezeichnet. Unser besonderer Dank gilt all jenen, die für uns gerechnet, geprüft und kurzfristig Unterlagen aus ihrem Heilbad oder Kurort zur Verfügung gestellt haben. Das war und ist eine großartige Leistung!

In dieser außergewöhnlichen Situation mit einer völlig veränderten Arbeitswelt zeigen die Heilbäder und Kurorte, dass sie ihrer gesamtgesellschaftlichen Aufgabe nachkommen. Nie waren die Gesundheitsstandorte mit ihrer medizinisch-therapeutischen Kompetenz und ihren kurspezifischen Angeboten – vom Gradierwerk über die Kliniken bis hin zum Wanderweg – so wichtig wie heute. Sie stehen an der Seite ihrer Partner von Gastronomie, Hotellerie und Einzelhandel, die vor existentiellen Herausforderungen stehen. Wir sind sehr dankbar für alle, die uns so positiv begleiten und denen es zu verdanken ist, dass wir auch ungewöhnliche Lösungswege gehen können. Sie alle tragen DIE KUR im Herzen. Gemeinsam mit ihnen wollen wir unsere Tradition neu begründen.

Deshalb wirken wir auf rechtliche Rahmenbedingungen ein, stoßen Wirtschaftsprozesse an und formen das touristische System mit. Wir gestalten das Kur- und Bäderwesen neu. Dafür sind wir bereit, auch mehr Verantwortung zu übernehmen. Unsere KURvision soll Wirklichkeit werden.



Michael Köhler
Vorsitzender des
Hessischen Heilbäderverbandes e.V.

Zukunft in Europa

Die Wahrung der Interessen der Heilbäder und Kurorte in Deutschland auf der europäischen Ebene ist von herausragender Bedeutung, denn hier werden nicht nur Vorgaben für die Förderperioden, sondern auch Gesetzgebungen erarbeitet, die direkte Auswirkungen auf die Heilbäder und Kurorte haben.

Noch sind die gesetzten Ziele der europäischen Zusammenarbeit nicht erreicht. Darüber hinaus wünschen wir uns eine starke Vertretung in Brüssel für die Heilbäder und Kurorte in ganz Europa – so unterschiedlich sie auch sind. Die zugesagten Leistungen müssen auf einem einheitlich hohen Niveau erbracht werden.

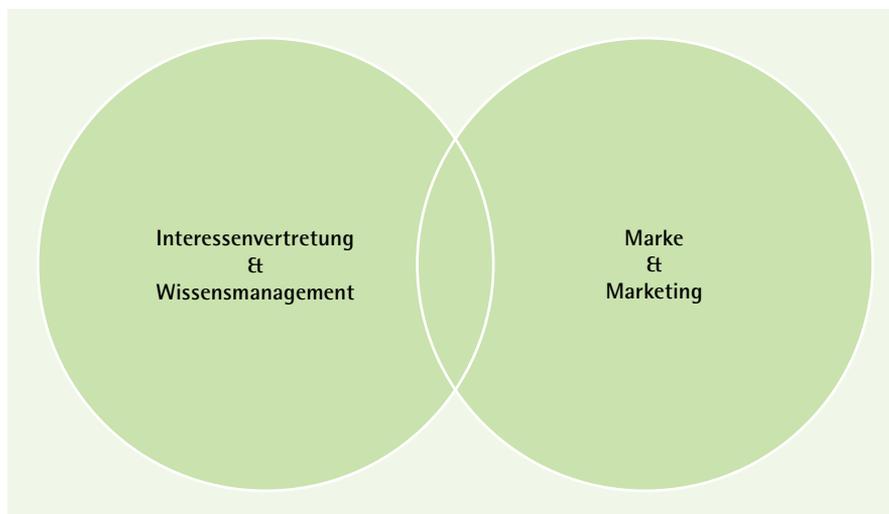
Zukunft in Deutschland

Die Pandemie hat den Heilbädern und Kurorten in Deutschland bewusst gemacht, dass nur ein gemeinsames Handeln zum Erfolg führen kann. Wir müssen gerade jetzt zusammenstehen und mit einer Stimme sprechen, um zielgerichtet, klar strukturiert und hoch professionell in Politik, Wirtschaft und Tourismus für das Kur- und Bäderwesen zu werben. Denn auch ohne Pandemie sind die Herausforderungen, die auf die Heilbäder und Kurorte in ganz Deutschland warten, enorm. Gesetzesänderungen, digitale Möglichkeiten oder die Behebung des Fachkräftemangels – um nur drei „kleine“ Beispiele zu nennen, müssen aktiv aufgenommen werden.

Gemeinsam mit den Partnern hat sich der Hessische Heilbäderverband dafür entschieden, dem Deutschen Heilbäderverband und damit den Heilbädern und Kurorten in Deutschland eine Zukunftsperspektive zu geben.

Der Hessische Heilbäderverband

Der Wirkungskreis



Strategische Ziele

- Existenzsicherung der Heilbäder und Kurorte in Hessen in ihrer Gesamtheit
- Entwicklung der Heilbäder und Kurorte in Hessen zu herausragenden modernen Kompetenzzentren für ganzheitliche Gesundheit und Heilung mit unverwechselbaren Alleinstellungsmerkmalen auf Basis der definierten Marke DIE KUR für den 1. und 2. Gesundheitsmarkt sowie neue Marktsegmente
- Positionierung der Heilbäder und Kurorte in Hessen als Gesundheitsstandorte von herausragender und einzigartiger Qualität
- Implementierung der Marke DIE KUR in den Zielgruppen und Märkten des neuen Gesundheitssektors
- Entwicklung von Angeboten und Kapazitäten in Verbindung mit den ganzheitlichen medizinisch-therapeutischen Kompetenzen der Heilbäder und Kurorte

in Hessen in Prävention, Kuration und Rehabilitation, in Linderung und Heilung der allgemeinen sowie pandemiebedingten gesundheitlichen Folgen sowie der Stärkung der allgemeinen Gesundheit.

- Steigerung von Bekanntheit, Sympathie und Verwendungsabsicht der Marke DIE KUR und damit der Heilbäder und Kurorte in Hessen
- Erhöhung des Marktanteils der Heilbäder und Kurorte an allen hessischen Übernachtungen und Ankünften

Gründung:
1947

Mitglieder:
30 Heilbäder und Kurorte in Hessen

Neuwahlen zum Vorstand:
Frühjahr 2023

Der Vorstand im Geschäftsjahr 2020

Vorsitzender

Michael Köhler,
Bürgermeister, Bad Zwesten

Stellvertretende Vorsitzende

Günter Göpfert
Stellvertretender Betriebsleiter der
TriWiCon, Wiesbaden

Holger Reuter
Kurdirektor, Bad Homburg v.d. Höhe

Beisitzer

Ralf Gutheil
Bürgermeister, Bad Wildungen
(Expert: Qualitätssicherung)

Steffen Schneider
Leiter Kur- & Servicebetrieb, Bad Nauheim

Thomas Trachte
Bürgermeister, Willingen

Stefan Ziegler
Kurdirektor, Bad Soden-Salmünster

Sprecher für Europa-Angelegenheiten

Dr. Dirk Thom
Kurdirektor, Bad Orb

Vorsitzender des Ausschusses für Marke & Identität

Julian Schweitzer
Bürgermeister, Bad Endbach

Vorsitzender des Ausschusses für Betriebswirtschaft

Markus Oberndörfer
Bürgermeister, Bad Schwalbach

Marke & Identität

Albert Döbele, Bad Endbach
Werner Eger, Bad König
Katja Heiderich, Bad Homburg v.d. Höhe
Jörg Hormann, Königstein im Taunus
Ute Kühlewind, Bad Wildungen
und Reinhardshausen
Jörg Peters, Bad Salzschlirf
Clara Schmidtke, Bad Schwalbach
Kerstin Schneekloth, Bad Nauheim
Stefan Ziegler, Bad Soden-Salmünster

Betriebswirtschaft

Albert Döbele, Bad Endbach
Günter Göpfert, Wiesbaden
Johannes Gruber, Bad Endbach
Katja Heiderich, Bad Homburg v.d. Höhe
Michael Lehrbacher, Bad Soden-Salmünster
Holger Reuter, Bad Homburg v.d. Höhe
Pia Siebert, Bad Zwesten
Roland Weiß, Bürgermeister, Bad Orb



Geschäftsführung

Geschäftsführerin

Almut Boller, Wiesbaden



Geschäftsstelle

Claudia Schmidt
Birte Wershoven



Die Wilhelmstraße 18

Dreh- und Angelpunkt für die vielfältigen Aufgaben und gleichsam Ideenschmiede für die zahlreichen Projekte ist die Geschäftsstelle des Hessischen Heilbäderverbandes in der Wilhelmstraße 18 in der hessischen Landeshauptstadt Wiesbaden. Auf rund 55 m² wird engagiert diskutiert, geplant, verworfen, neu überlegt und gestaltet.

*Viele Menschen
- ein Verband*

Balneologische Bibliothek

Weit über 6.000 Publikationen machen die Balneologische Bibliothek in Bad Wildungen zu einem herausragenden Ort der Bäderwissenschaft sowie Kur- und Rehabilitationsmedizin. Im Laufe der Jahre wurde die Sammlung, für die Professor Dr. Klaus-Ludwig Schmidt von der Justus-Liebig-Universität Gießen den Grundstein legte, durch hochwertige Stiftungen ergänzt. Dazu zählen Unterlagen des Europäischen Heilbäderverbandes, des Deutschen Heilbäderverbandes, der Balneologischen Forschungsstelle Dr. Wiesner aus Bad Soden am Taunus und des Department of Chemistry & Biology an der Hochschule Fresenius in Idstein.

Balneologische Bibliothek

Schlossstraße 30
34537 Bad Wildungen - Altbadwildungen
Telefon (0 56 21) 71 01 0
Rudolf-Lorenz-Stiftung@badwildungen.net

Öffnungszeiten:

Montag 15 Uhr bis 17 Uhr
Donnerstag 10 Uhr bis 12 Uhr

Ansprechpartner:

Bernhard Weller
Leiter der Städtischen Museen

Der Hessische Heilbäderverband

Bericht zu den Europa-Angelegenheiten

Wie vielfältig die KURtradition ist, zeigt sich in nahezu allen europäischen Ländern. Qualitätsversprechen, Inhalte, Organisationsstrukturen und selbst Finanzierungsmodelle unterscheiden sich grundlegend. Dennoch suchen die Heilbäder und Kurorte in Europa über viele Ebenen hinweg einen Weg zueinander.

Der Deutsche Heilbäderverband setzt weiterhin auf eine Mitgliedschaft im Europäischen Heilbäderverband, um bei Gesetzesvorlagen im Europäischen Parlament für die Belange der Heilbäder und Kurorte zu werben. Damit geht die Zielsetzung einher, die Wettbewerbschancen auf Basis der „Begriffsbestimmungen“ für die prädikatierten Orte vergleichbar zu gestalten und damit für alle zu erhöhen.

In einem Thesenpapier hat der Deutsche Heilbäderverband seine Vorstellungen und Erwartungen formuliert. Es umfasst die strategische Ausrichtung ebenso wie den Wunsch, die Balneologie und deren Bedeutung stärker in den politischen Fokus zu bringen. Im Gegenzug wurden die Themen aufgefächert, mit denen der Deutsche Heilbäderverband den europäischen Partnerverband stützen kann.

Tatsächlich waren die Wege in Europa im Jahr 2020 weit. Die Pandemie sorgte zunächst für eine Terminverschiebung und

schließlich für die Absage der Mitgliederversammlung, die in Kroatien stattfinden sollte.

Die Heilbäder und Kurorte in Hessen und Europa ... und der Welt

Auch wenn die Abstände 2020 zwischen den Menschen und Ländern größer geworden sind, will der Hessische Heilbäderverband weiterhin mit den Partnern in Europa zusammenarbeiten. Nach wie vor bestehen lockere Bande nach Frankreich und Italien.



Dr. Dirk Thom
Kurdirektor, Bad Orb

Aus dem Ausschuss für Betriebswirtschaft

Von der Europäischen Datenschutzgrundverordnung bis hin zur Unternehmerrichtlinie eines Kurbetriebes: Die Themen des Ausschusses für Betriebswirtschaft sind vielschichtig und für die Heilbäder und Kurorte in Hessen von hoher Bedeutung, denn die Gesetzesänderungen wirken sich organisatorisch und finanziell auf die Kurbetriebe aus.

Über die rechtlichen Rahmenbedingungen hinaus, befasst sich der Ausschuss mit weiteren Aspekten des Kur- und Bäderwesens. Dazu zählen auch die natürlichen Heilmittel in all ihren Facetten. Eine eigens eingerichtete Arbeitsgruppe bereitet die diffizile Thematik so auf, dass sie gesichert und mit Hilfe von Handlungsleitfäden in den Orten angewandt werden kann.

Sein Augenmerk wird der Ausschuss zukünftig auf den Themenkomplex „Fachkräfte sichern“ richten. Dazu erarbeitet er ein Konzept, das die drei Bereiche umfasst:

SUCHEN

Fachkräfte, die jetzt arbeitssuchend sind, für die Heilbäder und Kurorte gewinnen

HALTEN

Fachkräfte, die bereits jetzt in den Heilbädern und Kurorten aktiv sind, langfristig halten

ÜBERZEUGEN

Fachkräfte dauerhaft von den Heilbädern und Kurorten überzeugen

Zu den jeweils aktuellen Aspekten setzt der Ausschuss für Betriebswirtschaft in seiner Arbeit alljährlich mit der Entwicklung des Betriebsvergleiches einen

Schwerpunkt. Um die Strukturen darzustellen, werden einzelne Kostenarten (Kurgärtnerei etc.) ermittelt, sowie Kennzahlen beispielsweise zu Fremddienstleistungen (Security, Reinigungsmitarbeiter, Kosten pro kWh Energie etc.) abgefragt. Die Datenübersicht zeigt die Entwicklung des hessischen Bäderwesens sowie der Partner auf, so dass aus der Analyse heraus Erkenntnisse für die Ausrichtung des eigenen Unternehmens gewonnen werden können.



Markus Oberndörfer
Bürgermeister, Bad Schwalbach

Aus dem Vorstand

Neuwahlen zum Vorstand

Eigentlich waren die Neuwahlen zum Vorstand für das Frühjahr 2020 vorgesehen. Doch wie so viele Veranstaltungen musste auch die Mitgliederversammlung und damit die Vorstandswahl in den Herbst 2020 verschoben werden. Mit einstimmigen Voten setzten die Bäderspezialisten dabei auf das bewährte Team mit Bürgermeister Michael Köhler, Bad Zwesten, an der Spitze und glich sorgsam die personellen Veränderungen aus.

Herzlichen Dank

Das Leben und die Arbeit haben gerade 2020 unerwartete Herausforderungen mit sich gebracht. Umso höher ist es zu schätzen, wenn das Ehrenamt voll und ganz ausgefüllt wird. Die Heilbäder und Kurorte in Hessen danken

Katja Heiderich, Bad Nauheim
(heute Bad Homburg v.d. Höhe)

Martin Hussmann, Bad Schwalbach

für die engagierte und langjährige Mitarbeit im Vorstand.

Ehrenvorstandsmitglieder

Lothar Büttner
Bürgermeister a.D.
Bad Soden-Salmünster

Albin Galandt
Kurgeschäftsführer a.D.
Bad Salzschlirf

Heinrich Haupt
Bürgermeister a. D.
Bad Zwesten

Rainer Kowald
Kurgeschäftsführer i.R.
Königstein im Taunus

Wolfgang Schmidt
Kurdirektor i.R.
Schlangenbad

Volker Zimmermann
Bürgermeister a.D.
Bad Wildungen

Ehrenvorsitzende

Antonius Weber
Bürgermeister i.R.
Königstein im Taunus

Ronald Gundlach
Bürgermeister i.R.
Bad Sooden-Allendorf

*Mitmachen
ist wichtig!*

Der Hessische Heilbäderverband

17. Hessischer Kurtag in Bad Soden-Salmünster

Lange geplant und doch verschoben: Steigende Infektionszahlen und der bevorstehende Shutdown machten die Durchführung des 17. Hessischen Kurtages unmöglich. Die Enttäuschung war riesen-groß, aber auch die Dankbarkeit für das

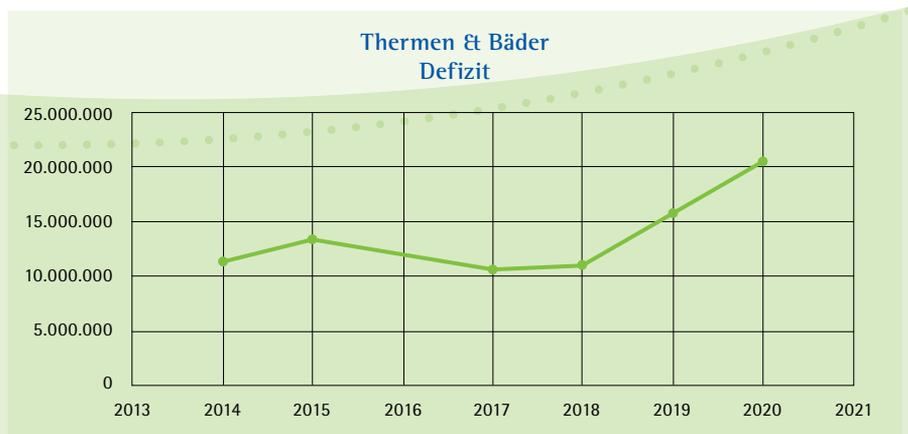
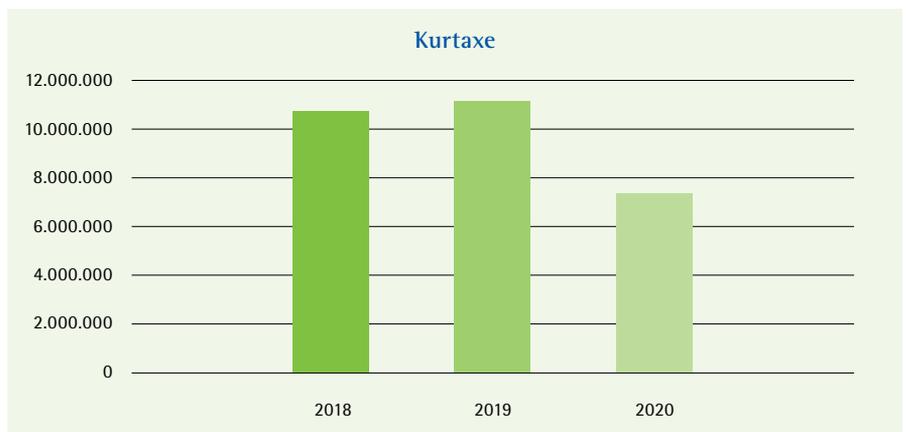
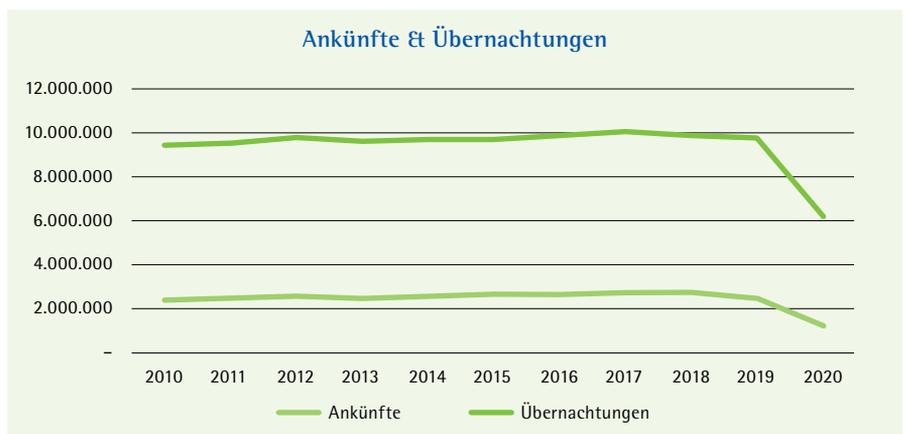


Verständnis, das Entgegenkommen der Partner und das Wissen darum, dass eine Pandemie nur gemeinsam bezwungen werden kann.

Die Heilbäder und Kurorte in Hessen in Zeiten der Corona-Pandemie

Noch im Januar 2020 standen die Zeichen auf Erfolg. Die Übernachtungszahlen waren positiv, die Buchungslage war sehr gut, das Corona-Virus war - zumindest gedanklich - in weiter Ferne. Spätestens mit der Absage der ITB in Berlin Ende Februar wurde jedoch deutlich, dass die Welt in eine außergewöhnliche und in dieser Form noch nie dagewesene Ausnahmesituation schlittert.

Die Auswirkungen der Pandemie auf die Heilbäder und Kurorte in Hessen sind vielfältig.



Gemeinsam durch die Krise

Mit Beginn des 1. Lockdown hat ein umfassendes Krisenmanagement des Hessischen Heilbädersverbandes begonnen, das hier skizziert ist:

Marke & Marketing

- Markencheck
- Anpassung der Marketing-Aktivitäten

Aktuelle Situation der Heilbäder und Kurorte

- Umfragen
- Gespräche
- Informationskreise
- Ortsbesichtigungen

Interne Kommunikation

- Info-Service für Mitglieder und Partner - auch mittels eigener digitaler Plattform

Recht & Gesetz

- Rechtliche Einschätzung Kurtaxe, Geschäftsführerhaftung etc.

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

- Pressemitteilungen und -informationen für den Hessischen Heilbädersverband und für die Heilbäder & Kurorte in Hessen
- Hintergrundgespräche
- Pressekonferenzen
- Interviews
- Mini-Kampagne für die Heilbäder und Kurorte in Hessen

Standpunkte

- Positionspapier der Heilbäder & Kurorte in Hessen
- Gemeinsame Positionspapiere European Waterpark Association
Deutscher Heilbädersverband
Hessischer Tourismusverband



Tourismus

- Positionspapier aller Partner im hessischen Tourismus
- Pandemiepläne
- Öffnungsstrategie

Wirtschaft

- Hotel- und Gaststättenverband
- Verbände & Vereinigungen

Politik

- Bund
Abgeordnete des Deutschen Bundestages
Bundesregierung
Bundes-Gesundheitsministerium
Bundes-Wirtschaftsministerium

Land

- Abgeordnete des Hessischen Landtages
Hessische Landesregierung
Hessisches Finanzministerium
Hessisches Gesundheitsministerium
Hessisches Wirtschaftsministerium
- Region
- Kommunale Spitzenverbände
- Informationen
- Gespräche
- Sommertour
- Diskussionsrunden
- Digitale Workshops

Der Hessische Heilbäderverband

Sonderzuweisungen zu den Belastungen der Heilkurorte

Die Corona-Pandemie stellt Gesellschaft, Politik und Wirtschaft vor immense Herausforderungen, die sie nur gemeinsam lösen können. Die Auswirkungen treffen die Menschen und Unternehmen sehr hart. Dennoch gilt es auch dafür zu sorgen, dass die angelegten und bewährten Strukturen erhalten bleiben und gestaltet werden können. Dabei muss bewusst sein, dass sich die finanzielle Situation der öffentlichen Hand dramatisch verschlechtern wird.

Die Heilbäder und Kurorte in Hessen sind die Zentren für Prävention und Rehabilitation und tragen systemrelevante und unverzichtbare Leistungen für die gesamte Gesundheitswirtschaft. Sie beheimaten über 90 Prozent der in Hessen ansässigen Reha-Kliniken. Von der medizinisch-therapeutischen Kompetenz und den kurspezifischen Einrichtungen profitieren Gäste und in einem besonderen Maße die Bürgerinnen und Bürger. Auch weil in den Heilbädern und Kurorten 40.000 Menschen in der Gesundheitswirtschaft und nochmals mehrere 10.000 Menschen im Tourismus einen Arbeitsplatz finden.

Mit einem gemeinsamen Positionspapier vom 10. Juni 2020 haben nahezu sämtliche Vertreterinnen und Vertreter der Heilbäder und Kurorte in Hessen auf ihre Situation hingewiesen und gleichsam einen Forderungskatalog an die Hessische Landesregierung übersandt. Es folgten eine Vielzahl intensiver Gespräche und eine gute Nachricht. Denn die Hessische Landesregierung hat sich im Herbst 2020 mit den Kommunalen Spitzenverbänden im „Kommunalspitzentabellensatz“ darauf verständigt, die Heilbäder und Kurorte in Hessen mit zusätzlichen 15 Millionen Euro aus dem Sondervermögen „Hessens gute Zukunft sichern“ zu fördern. Damit erhöht sich die Bäderzuweisung für die Jahre 2020 bis 2022 von 13 Millionen auf 18 Millionen Euro jährlich.

Das ist eine sehr gute Hilfe, sie wird aber nicht ausreichen, um die Zukunft der Heilbäder und Kurorte in Hessen abzusichern. Denn bereits vor dem zweiten Lockdown im November 2020 wurde deutlich, dass in den nächsten drei Jahren ein zusätzlicher Finanzbedarf in Höhe von 66 Millionen Euro entsteht. „Kopfzerbrechen“ bereiten dabei die Thermen und Bäder, die durch die Schließungszeiten im Frühjahr und die verringerte Aufnahmekapazität über den Sommer hinweg immense Zuschüsse aus den leeren kommunalen Kassen fordern.

An der Bäderzuweisung, dessen Verteilerschlüssel besonders einwohnerschwache Orte fördert, partizipieren 26 der 30 Heilbäder und Kurorte. Er macht die Vorhaltung und Pflege der kurspezifischen Infrastruktur möglich und soll gleichzeitig Steuernachteile auffangen, da in den prädikatisierten Orten aufgrund der Vorgaben Gewerbe nur eingeschränkt angesiedelt werden kann.

Herzlicher Dank

Unser herzlicher und aufrichtiger Dank gilt all jenen, die sich intensiv mit uns ausgetauscht haben und für uns aktiv geworden sind, die uns zugehört und die mit uns Lösungswege gesucht haben. Unser besonderer Dank gilt Staatsminister Michael Boddenberg und seinem tatkräftigen Team.



Recht & Gesetz

Die rechtlichen Rahmenbedingungen sowie deren regelmäßige Überarbeitung oder Neufassung haben weitreichende Auswirkungen auf die Heilbäder und Kurorte in Hessen. Das Jahr 2020 hielt in diesem Themenspektrum so einige Überraschungen bereit:

Medical Device Regulation (MDR)

Nach der Medical-Device-Regulation (MDR) sind Heilmittel mit rein physikalischer Wirkung auf eine Konformitätsbewertung als Medizinprodukt umzustellen. Das betrifft sowohl die Heilmittel, die nach dem Medizin-Produkte-Gesetz (MPG) zugelassen waren, als auch zulassungsfreie Arzneimittel.

Um für alle Heilbäder und Kurorte in Deutschland den Weg zu den neuen gesetzlichen Vorgaben zu ebnet, hat der Deutsche Heilbäderverband e.V. die Heilbäder und Kurorte Marketing GmbH Baden-Württemberg (HKM GmbH) beauftragt, ein Verfahren zur Konformitätsbewertung zu erarbeiten. Damit werden alle ortsgebundenen Heilmittel mit rein physikalischer Wirkungsweise und medizinisch / therapeutischem Nutzen (baden, inhalieren und Anwendungen von Peloiden) erfasst.

Die Heilbäder und Kurorte in Hessen haben sich diesem Gemeinschaftsprojekt angeschlossen, so dass davon auszugehen ist, dass zum Stichtag im Mai 2021 alle zutreffenden Heilmittel entsprechend zertifiziert sind.

Unser herzlicher Dank für das Engagement gilt dem Vorsitzenden Fritz Link und dem Geschäftsführer Arne Mellert des Heilbäderverbandes Baden-Württemberg, die sich über die Maßen für die Umsetzung des Gemeinschaftsprojektes eingesetzt haben.

Gesetz zur Weiterentwicklung der Gesundheitsversorgung: Ambulante und stationäre Vorsorgeleistungen

Ein Silberstreif am Horizont in coronage-trübten Zeiten für die Heilbäder und Kurorte in Hessen ist das Gesetz zur Weiterentwicklung der Gesundheitsversorgung. Denn das im Dezember 2020 im Deutschen Bundestag beschlossene Gesetz sieht vor, dass die ambulanten und stationären Vorsorgeleistungen in anerkannten Kurorten von Ermessens- in Pflichtleistungen der Krankenkassen umgewandelt werden. Damit erfüllt sich eine Forderung des Deutschen Heilbäderverbandes, die der Branchenverband gemeinsam mit den Heilbäderverbänden der Bundesländer formuliert hat.

Noch bis vor einigen Jahren waren ambulante und stationäre Vorsorgeleistungen als Pflichtleistung fest in den Gesetzbüchern verankert. In den Gesundheitsreformen der 1990er Jahre verschwand der entsprechende Passus – mit weitreichenden Folgen für die Menschen und die Heilbäder und Kurorte. Denn die dringend benötigten Auszeiten zur Stärkung von Körper und Geist fehlten und sorgten verstärkt für Arbeitsausfälle und längere Krankheitsphasen. Die Heilbäder und Kurorte verloren zahlreiche Gäste und damit auch die Umsätze, die für die Erhaltung der kurspezifischen Einrichtungen dringend benötigt werden.

Gerade die Heilbäder und Kurorte in Hessen sind für die Entwicklung sehr gut aufgestellt, wenn voraussichtlich im Sommer 2021 das Gesetz in Kraft tritt. Denn sie haben sich bereits inhaltlich und strategisch neu ausgerichtet. Kern des Richtungswechsels ist die Marke DIE KUR, die der Hessische Heilbäderverband neu begründet hat und die zukünftig noch stärker im Markt platziert wird.

Gesetzeslagen

Der Hessische Heilbäderverband informiert ausführlich zu Gesetzen, Verordnungen oder Auslegungshinweisen und steht seinen Mitgliedern bei kurspezifischen Rechtsfragen mit Rat und Tat zur Seite:

- Verordnungen aufgrund der Coronapandemie
- Unternehmereigenschaft eines Kurbetriebes
- Datenschutzgrundverordnung (DSGVO)
- Pauschalreise-Richtlinie
- Kurbeitrag und Tourismusbeitrag
- GEMA

Wichtige Themen
der Heilbäder
und Kurorte

Die Heilbäder und Kurorte in Zahlen

Wirtschaftsfaktor Kur und Tourismus in den Heilbädern und Kurorten in Hessen

Die Heilbäder und Kurorte in Hessen sind ein herausragender Wirtschaftsfaktor. Eigentlich. Eigentlich deshalb, weil die „Bilanz“ der Jahre 2020 und 2021 ernüchternd sein wird. Schließungszeiten und reduzierte Besucherkapazitäten der kurspezifischen Einrichtungen haben eine tiefe Wunde geschlagen, die nur langsam heilen wird.

Noch 2019 konnten die Heilbäder und Kurorte auf rund 40.000 Arbeitsplätze in der Gesundheitswirtschaft und mehrere 10.000 tourismusinduzierte Arbeitsplätze verweisen. Eine Bruttowertschöpfung von über 2,2 Milliarden Euro stärkten nachhaltig Einzelhandel, Dienstleistungssektor und Gastgewerbe.

Um die Auswirkungen der Pandemie zu beziffern, hat der Hessische Heilbäderverband die Studie „Wirtschaftsfaktor Kur & Tourismus“ für die Jahre 2019 und 2020 beauftragt.

Anfragen

Die Heilbäder und Kurorte in Hessen setzen auf Online-Vermarktung. Dennoch bleiben Broschüren und Flyer weiterhin wichtige und gewünschte Informationsmaterialien. Die Anfragen korrespondieren sowohl mit dem Anzeigenvolumen sowie dem Verlauf der Pandemie.

Jahr	Info-Pakete
2016	1.472
2017	1.431
2018	1.530
2019	1.197
2020	1.578

Betriebe & Schlafgelegenheiten

23 der 30 Heilbäder und Kurorte in Hessen liegen im ländlichen Raum, der noch mehr als bisher vor existentiellen Herausforderungen steht. Die nachfolgende Übersicht gibt Hinweise auf die möglichen Übernachtungskapazitäten in allen 30 Heilbädern und Kurorten und macht den Handlungsbedarf deutlich.

Jahr	Betriebe	Schlafgelegenheiten
2010	812	56.899
2011	827	57.169
2012	800	56.587
2013	783	56.272
2014	770	56.286
2015	760	55.954
2016	745	55.572
2017	756	56.393
2018	756	56.069
2019	755	57.354
2020	488	38.994

Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Wiesbaden

Ankünfte und Übernachtungen

Zu den Indikatoren für die Wirtschaftskraft der Heilbäder und Kurorte in Hessen zählen die Ankünfte und Übernachtungen. Die Statistik umfasst die Übernachtungszahlen in Betrieben ab zehn Betten sowie Campingplätze. Nicht erfasst werden Daten der sogenannten Parahotellerie, also die Übernachtungen in Betrieben unter zehn Betten, Privatzimmern und Ferienwohnungen, die für die Heilbäder und Kurorte von einem großen Interesse sind.

Für das überaus schwierige Jahr 2020 musste bei den Heilbädern und Kurorten in Hessen ein Rückgang der Übernachtungen von rund 36 Prozent festgestellt werden. Im Vergleich zum hessischen Durchschnitt, der ein Minus von rund 50 Prozent aufweist, mag diese Zahl nicht ganz so negativ klingen. Doch der Blick hinter das Zahlenwerk zeigt, dass die Übernachtungen hauptsächlich aus den Übernachtungen

in den Kliniken stammen, die nicht die gewohnten Umsätze in den verbundenen Branchen (Einzelhandel, Dienstleistung, Gastgewerbe) auslösen konnten. Auch der Blick auf die Erhöhung der Aufenthaltsdauer trägt, denn sie liegt ebenfalls in den Klinikaufenthalten begründet.

Die Heilbäder und Kurorte in Hessen leisteten 2020 einen Beitrag von rund 37% an den gesamthessischen Übernachtungen.

Wirtschaftsfaktor Heilbäder und Kurorte

	2015		2016		2017		2018		2019		2020	
	Übernachtungen Ankünfte	Übernachtungen	Übernachtungen Ankünfte	Übernachtungen	Übernachtungen Ankünfte	Übernachtungen	Übernachtungen	Übernachtungen Ankünfte	Übernachtungen	Übernachtungen Ankünfte	Übernachtungen	Übernachtungen Ankünfte
Bad Arolsen	50.878	116.362	55.771	123.740	60.140	132.581	65.424	140.925	66.783	142.228	44.137	102.324
Bad Camberg	19.021	204.154	19.332	205.085	17.844	189.947	17.036	175.743	15.190	162.363	9.910	160.610
Bad Emstal	14.480	34.607	15.494	39.545	16.868	41.224	16.340	38.139	15.325	39.069	10.055	26.928
Bad Endbach	11.664	63.705	12.661	66.382	12.010	65.320	10.983	60.825	11.230	57.234	7.052	44.814
Gersfeld (Rhön)	45.448	140.368	43.559	133.517	46.105	141.700	43.248	130.669	42.055	133.684	27.637	101.231
Gladenbach*	14.586	38.230	17.064	43.553	7.937	18.884	*	*	*	*	*	*
Grasellenbach	23.695	60.018	24.614	61.649	25.908	61.956	27.508	66.008	26.817	62.765	14.069	37.661
Herbstein	19.024	55.478	20.151	58.097	19.932	56.945	19.224	55.222	20.790	57.148	6.689	18.383
Bad Hersfeld	104.412	348.233	105.796	341.684	101.275	345.812	101.107	345.976	102.073	359.107	49.264	219.340
Bad Homburg v. d. H.	166.140	554.992	167.392	560.532	174.349	596.384	176.762	588.300	174.098	629.825	70.210	371.106
Bad Karlshafen	37.721	155.237	37.705	159.053	36.040	153.053	37.360	152.365	37.843	150.873	25.659	106.715
Kassel	506.324	903.719	499.761	879.727	569.372	1.031.119	533.093	930.854	562.392	1.015.754	185.408	506.159
Bad König	12.817	36.691	14.250	38.877	13.682	38.880	12.927	33.299	10.986	28.124	5.961	16.414
Königstein im Taunus	51.065	214.598	48.371	203.129	48.536	197.996	48.579	196.914	49.844	197.148	19.559	139.450
Lindenfels	14.890	101.063	15.269	100.326	15.174	97.002	16.746	100.147	16.790	97.697	8.114	48.273
Bad Nauheim	99.116	716.320	96.593	720.320	95.180	700.127	98.599	700.680	104.126	719.782	54.725	509.341
Naumburg	9.292	32.227	8.814	32.668	9.128	32.359	9.686	34.240	10.729	38.861	6.376	23.464
Neukirchen (Knüll)	10.980	29.580	13.725	36.377	14.911	40.787	15.284	39.193	15.060	38.855	9.527	21.492
Bad Orb	62.879	416.901	68.992	438.427	68.463	452.054	69.890	456.425	68.030	447.014	28.823	269.161
Bad Salzhausen	14.877	107.245	16.529	110.105	17.575	110.131	18.406	114.288	17.780	112.510	10.202	84.174
Bad Salzschlirf	38.258	214.906	40.704	219.816	45.210	229.577	42.344	218.907	45.115	212.036	22.016	134.661
Schlangenberg	22.526	108.816	22.887	113.578	21.692	106.982	19.836	93.665	20.290	90.922	9.922	65.744
Bad Schwalbach	13.435	229.914	13.867	227.116	14.303	216.528	14.433	216.580	12.544	219.171	6.639	135.580
Bad Soden am Taunus	69.922	151.726	71.408	155.437	78.612	164.573	74.920	171.820	64.785	160.681	24.537	68.945
Bad Soden-Salmünster	46.192	367.144	45.730	365.632	46.182	355.946	47.961	365.982	46.349	361.114	27.827	271.975
Bad Sooden-Allendorf	50.621	422.073	50.537	422.791	49.025	415.079	44.644	410.645	46.168	416.904	25.439	239.499
Bad Vilbel	31.502	67.944	31.082	72.735	30.084	64.810	25.865	58.478	23.957	55.827	13.533	41.685
Wiesbaden	587.118	1.199.516	589.816	1.223.457	583.205	1.249.204	580.346	1.251.424	591.775	1.278.891	256.218	654.564
Bad Wildungen	129.424	1.425.637	133.103	1.433.323	135.613	1.436.115	136.120	1.436.296	140.151	1.449.092	88.067	1.107.608
Willingen	355.404	978.158	367.786	1.007.869	388.348	1.048.879	382.318	1.024.382	389.900	1.038.318	200.585	580.889
Bad Zwesten	20.817	239.461	19.417	236.922	19.915	242.019	19.381	231.610	18.830	224.667	12.903	165.153
Gesamt	2.654.528	9.735.023	2.688.180	9.831.469	2.782.618	10.033.973	2.726.370	9.840.001	2.767.805	9.997.664	1.281.063	6.273.343

* Da Gladenbach seit dem 7. Juli 2017 kein Prädikat mehr besitzt, wurden hier die Übernachtungszahlen nur bis einschließlich 30. Juni 2017 berücksichtigt.

Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt

Das Geschäftsjahr 2020 im Rückblick

Januar

- Strategieworkshop des Verbandes der Heilklimatischen Kurorte Deutschlands
- Ausschuss für Finanzen des Deutschen Heilbäderverbandes
- Tourismuspolitische Konsultationsrunde
- Hessisches Ministerium für Soziales und Integration, Ralf Pillok
- Vorstand „kompakt“ des Hessischen Heilbäderverbandes
- Strategie für den Tourismus im Ländlichen Raum - Workshop
- Bad Emstal: Situationsanalyse
- Markenwerkstatt DIE KUR in Bad Nauheim und Bad Salzhausen
- Neujahrsempfang der IHK Frankfurt
- Neujahrsempfang der FDP Hessen
- Vorbereitungen zum 17. Hessischen Kurtag
- IHK-Prüfung Kauffrau/-mann für Tourismus und Freizeit
- Messe CMT Stuttgart



Februar

- Vorstandssitzung des Deutschen Heilbäderverbandes
- Ausschuss für Tourismus des Hessischen Städte- und Gemeindebundes
- Ausschuss für Marke und Identität des Hessischen Heilbäderverbandes
- Markenwerkstatt DIE KUR in Bad König und Grasellenbach
- Jour Fixe der Initiative „Qualität kompakt“
- Vorbereitungen zum 17. Hessischen Kurtag
- Dr. Wolfgang Metternich, Referentenbriefing zum 17. Hessischen Kurtag
- Messe Gesund leben in Frankfurt am Main



März

- Beginn Shutdown
- Workshop zur Nationalen Tourismusstrategie
- Workshop zum Strategischen Marketingplan des Hessen Tourismus
- Workshop zum Beihilferecht
- Ausschuss für Tourismus der IHK-Frankfurt



Winter

April

- Sitzung der Heilbäderverbände der Bundesländer
- Vorstandssitzung des Hessischen Heilbäderverbandes
- Lenkungsgruppe Tourismus - Task-Force „Corona“ (2 Termine)
- DMO-Workshop Hessen
- Workshop zur Strategie für den Tourismus im Ländlichen Raum
- Innovation Summit des Hessen Tourismus
- Orientierung für Destinationen - Webinar



Mai

- Ausschuss für Finanzen des Deutschen Heilbäderverbandes
- Hessisches Ministerium für Soziales und Integration - Telefonkonferenz
- Lenkungsgruppe Tourismus - Task-Force „Corona“
- DMO-Workshop Hessen (2 Termine)
- Ausschuss für Tourismus der IHK-Frankfurt
- 3. Kurorte-Konferenz "Digitaler Summit"
- Podiumsdiskussion des Deutschen Tourismusverbandes
- Ingmar Jung (CDU), MdB
- Johannes Heger, Hessischer Städte- und Gemeindebund
- Helga Borchers, RheinMainMedia
- Michael Domsalla, KMTO



Juni

- Vorstandssitzung des Deutschen Heilbäderverbandes
- Vorstandssitzung des Verbandes Heilklimatischer Kurorte Deutschlands
- Vorstand „kompakt“ des Hessischen Heilbäderverbandes
- Vorstandssitzung und Mitgliederversammlung des Hessischen Tourismusverbandes
- Lenkungsgruppe Tourismus - Task-Force „Corona“ (2 Termine)
- Lenkungsgruppe Tourismus - Tourismuspolitischer Handlungsrahmen
- Markenwerkstatt DIE KUR in Bad Endbach
- Neukirchen: Situationsanalyse mit Marian Knauff, Thorsten Brill und Martina Kohlhase
- Pressekonferenz mit „Bella“ in Wiesbaden und Bad Wildungen
- Videokonferenz „Grün durch die Krise“ mit Markus Hofmann (Die Grünen), MdL
- Tobias Eckert (SPD), MdL
- Sarah Leuters, Bauer Media
- Harald Nickel, Rechtsanwalt
- Cornelius Obier, Project m



*Vielfältig
und spannend*

Das Geschäftsjahr 2020 im Rückblick

Juli

- Außerordentliche Vorstandssitzung des Deutschen Heilbäderverbandes
- Ausschuss für Betriebswirtschaft des Hessischen Heilbäderverbandes
- Kassenprüfung des Hessischen Heilbäderverbandes
- Konsultationsrunde Tourismus beim HSGB
- Sommertour hessenschau in Bad Soden-Salmünster
- Sommertour Markus Hofmann (Die Grünen), MdL, in Bad Soden-Salmünster
- Reise-Radioshow auf Antenne Mainz mit Studiogast Almut Boller
- Hartmut Reiß, Hessischer Tourismusverband
- Harald Semler, Hessischer Städte- und Gemeindebund



August

- Runder Tisch „Zukunft des Tourismus“ des Hessischen Landtages
- Abstimmungsgespräch mit dem Hessischen Tourismusverband
- Zukunftswerkstatt des Hessischen Heilbäderverbandes in Bad Wildungen
- Markenwerkstatt DIE KUR in Bad Wildungen und Bad Zwesten
- Bad Salzhausen: Situationsanalyse mit Kerstin Alt und Team
- Marketing-Beirat der HA HessenAgentur GmbH
- Digital Brainpool des Hessen Tourismus
- Präsentation des Kneipp-Bäder3eck in Bad Nauheim
- Abschlussprüfung Kauffrau-/mann für Tourismus der IHK-Frankfurt
- Aufzeichnung Pod-Cast Ralf Baumgartens „Walk-Män“, Studiogast Almut Boller
- Staatsminister a.D. Jürgen Banzer (CDU), MdL
- Bürgermeister Marco Eyring, Schlangenbad
- Bürgermeister Markus Oberndörfer, Bad Schwalbach
- Stefanie Palomino, Agentur red lab
- Gudrun Selzer, Heilbäderverband Rheinland-Pfalz
- Markus Exner, GrimmHeimat Nordhessen



September

- Vorstandssitzung des Deutschen Heilbäderverbandes
- Thüringer Bädertag in Bad Lobenstein
- 4. Kurorte Konferenz
- Vorstandssitzung, Zukunftswerkstatt und Mitgliederversammlung des Hessischen Heilbäderverbandes
- Markenwerkstatt DIE KUR in Kassel-Bad Wilhelmshöhe, Bad Emstal und Naumburg
- Hessisches Wirtschaftsministerium, Ulrike Franz-Stöcker, Hessisches Umweltministerium, Mathias Trümmer
- Marketing-Beirat der HA HessenAgentur GmbH
- Landesparteitag der CDU Hessen
- Übergabe der Prädikate „Kneipp-Heilbad“ an Willingen und „Heilklimatischer Kurort“ an Willingen und Willingen-Usseln
- Therme Bad Nauheim – Jury-Sitzung zur Namensfindung
- Online-Agentur-Cafe der Agentur GCE
- Tobias Eckert (SPD), MdL, Christoph Degen (SPD), MdL
- Ines Claus (CDU), MdL
- René Rock (FDP), MdL, Wiebke Knell (FDP), MdL
- Cornelius Obier, Project m



Oktober

- Mitgliederversammlung des Verbandes der Heilklimatischen Kurorte Deutschlands
- Staatsminister Michael Boddenberg, Hessisches Finanzministerium
- Abstimmungsgespräch mit dem Hessischen Tourismusverband
- Abstimmungsgespräch mit dem Hessischen Tourismusverband und Hessen Tourismus
- Vorstandssitzung des Hessischen Tourismusverbandes
- Ausschuss für Tourismus des HSGB
- Treffen der parteiunabhängigen Bürgermeister
- Markenwerkstatt DIE KUR in Bad Karlshafen und Bad Arolsen
- Markenwerkstatt Hessen
- Strategie für den Tourismus im Ländlichen Raum – Auftaktveranstaltung
- Therme Bad Nauheim – Jury-Sitzung zur Namensfindung
- Sitzung des Ältestenrates in Bad Wildungen
- Bürgermeister Dr. Thomas Stöhr, Bad Vilbel, Präsident des HSGB
- Bettina Müller (SPD), MdB
- Oberbürgermeister Alexander Hetjes, Bad Homburg v.d. Höhe



November

- Vorstandssitzung des Deutschen Heilbäderverbandes
- Mitgliederversammlung des Deutschen Heilbäderverbandes
- Ausschuss für Betriebswirtschaft des Hessischen Heilbäderverbandes
- Ausschuss für Marke & Identität des Hessischen Heilbäderverbandes
- Mitgliederversammlung des Hessischen Tourismusverbandes
- Lenkungsgruppe Tourismus – Task-Force „Corona“ (2 Termine)
- Sitzung des EPLR-Begleitausschuss
- Ausschuss für Tourismus der IHK-Frankfurt
- Markenwerkstatt Hessen
- Marcus Bocklet (Die Grünen), MdL, Markus Hofmann (Die Grünen), MdL
- Referatsleiter Mathias Trümner, Brigitte Rott, Hessisches Umweltministerium



Dezember

- Deutscher Heilbäderverband – Ausschuss für Sozialrecht
- Abstimmungsgespräch mit dem Hessischen Finanzministerium
- Vorstandssitzung und Vorstand „kompakt“ des Hessischen Heilbäderverbandes
- Lenkungsgruppe Tourismus – Task Force „Corona“
- Markenwerkstatt Hessen (2 Termine)
- Tourismusbeirat der HA HessenAgentur GmbH
- Vorstandssitzung des medical network FrankfurtRheinMain
- Michael Domsalla, KMTO
- CDU-Fraktion im Hessischen Landtag
- Sitzung des Medical Network Frankfurt-RheinMain



Interessant
und aufregend



Vis
ist die
Ansicht
zu se



SION
Kunst,
atbares
ehen.

Jonathan Swift
(1667 – 1745)

KURvision

Die Heilbäder und Kurorte in Hessen haben mit der Neubegründung ihrer Tradition die Grundlagen für die Neuausrichtung des Kur- und Bäderwesens gelegt. Sie sind Initiatoren und Ideengeber der Marke DIE KUR. Sie pusten den Staub von der Oberfläche des Begriffs, polieren ihn auf und interpretieren ihn modern und zeitgemäß.

Und dennoch zieht sich die Hessische Bäderfamilie regelmäßig zurück, reflektiert das bisher Erreichte und hinterfragt sich selbst. In zwei Zukunftswerkstätten befassten sich Vorstand und die Bäderspezialistinnen und -spezialisten im Herbst 2020 intensiv mit der – auch durch die Corona-Pandemie – veränderten Gesellschaft, der Entwicklung der Tourismusbranche sowie neuen Optionen, die sich bieten.

Eine einzigartige Chance

Die Hessische Bäderfamilie ist sich sicher, dass die Marke DIE KUR den Heilbädern und Kurorten die Chance bietet, sich zukunftsgerichtet aufzustellen, ihre Einzigartigkeit zu zeigen und neue Gäste zu gewinnen. Gemeinsam gehen sie den Weg, den sie sich geebnet haben, weiter und lassen eine Vision Wirklichkeit werden.



KURvision

Bis 2024 setzt der Hessische Heilbäderverband die Neubegründung der Marke DIE KUR und der Markenfamilie der Heilbäder und Kurorte in Hessen um.

Die Marke wird als attraktives Angebot im Markt wahrgenommen und erzielt nennenswerte Umsätze für die Mitglieder und Leistungspartner in den Heilbädern und Kurorten in Hessen.

Damit wird die Zukunftsfähigkeit der Heilbäder und Kurorte maßgeblich.

Die Heilbäder und Kurorte in Hessen werden auf diese Weise zum Vorbild für das Kur- und Heilbäderwesen in Deutschland.



Mission

Der Hessische Heilbäderverband ist Motor, Ideengeber und Gestalter der Heilbäder und Kurorte in Hessen von morgen.

Er übernimmt folgende Rollen und Aufgaben:

Interessenvertreter

Marken- und Marketingmanager

Datenmanager

Impulsgeber und Wissensmanager

Enabler und Coach

Dienstleister für gemeinsame Projekte und Maßnahmen



Operative Ziele

Die Ziele sind gesteckt. Sie sollen schnellstmöglich umgesetzt werden.

Identität, Profil und Marke: Markenprozess DIE KUR

- Der laufende Markenprozess wird für den Verband und seine Mitgliedsorte beschleunigt umgesetzt
- Anbindung an den anstehenden Brandingprozess für die Markenfamilie Hessen

Bedarfsgerechte Angebote:

- Entwicklung von zur Marke passenden, qualitativ hochwertigen, zielgruppen-gerechten und damit zeitgemäßen Produkten und Angeboten
- Unterstützung der Mitgliedsorte und deren regionalen Wirtschaft bei der markenstützenden Entwicklung der Produkte und Angebote
- Unterstützung bei der Sicherstellung der Sicht- und Buchbarkeit

Digitale Sichtbarkeit:

- Datenmanagement für die kurspezifischen Angebote und Leistungen der Heilbäder und Kurorte in Hessen
- Qualifizierung der Leistungsanbieter in den Orten für die digitale Marktbearbeitung unter Berücksichtigung der Schnittstellen zu verschiedenen landesweit laufenden Prozessen
- Impulsgebung, Initiierung von Prozessen und Unterstützung bei der Qualifizierung und Vernetzung

Finanzierung der Bäderarchitektur und -infrastruktur:

- Ausrichtung der Landesunterstützung und -förderung
Der Unterstützungsbedarf der Heilbäder und Kurorte soll im Rahmen einer volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung, basierend auf den ausgelösten Kosten und der ausgelösten Wertschöpfung, ermittelt werden
- Impulsgebung und Benchmarking für neue Geschäfts- und Finanzierungsmodelle, wie sie in anderen Regionen und Orten bereits umgesetzt werden (z.B. Gästekartensysteme etc.)

Wissensmanagement

- Sicherung des spezifischen Heilbäderwissens zur natürlichen, ganzheitlichen und erfahrungsbasierten Heilung



Etappen & Erfolge

Initiative

Udenkbar! Und doch hat die Hessische Bäderfamilie den Mut gehabt, sich mit der Kur zu befassen. Ein Begriff, der seit den Gesundheitsreformen der 1980er Jahre nichts mehr zählte und schon fast in Vergessenheit geraten war. Doch die drei unscheinbaren Buchstaben eröffneten den Blick in eine reiche Geschichte, aus der die Heilbäder und Kurorte in Hessen ihre Kraft ziehen. Der Schlüssel liegt in der Neu-Begründung der Tradition.

- Initiative des Hessischen Heilbäderverbandes
- Neu-Begründung der Tradition
- Markenprozess DIE KUR im Deutschen Heilbäderverband unter Einbindung des Sachverständes der Heilbäderverbände der Bundesländer
- Markenprozess DIE KUR im Hessischen Heilbäderverband mit Entwicklung von Strategiepapieren, Kommunikationskonzept, Markenwerkstätten, Handlungsleitfäden und, und, und.

Ehrenpreis des Hessischen Tourismuspreises 2019 für die Hessische Bäderfamilie

Für die Entwicklung, Neu-Begründung und Gestaltung der Marke DIE KUR hat die Hessische Bäderfamilie den Ehrenpreis des Hessischen Tourismuspreises 2019 erhalten.

Der Preis ist all jenen gewidmet, die die Hessische Bäderfamilie und die Marke DIE KUR leben.

Farben, Formen, Fakten



Die nächste Dimension

17. Hessischer KURtag

Anlässlich des 17. Hessischen KURtages in Bad Soden-Salmünster wagen die Heilbäder und Kurorte mit ihrer Marke DIE KUR den gemeinsamen Markteintritt. Im Zentrum der KURvision stehen Lösungswege und Antworten auf die Fragen:

- Identität, Profil und Marke
- Bedarfsgerechte Angebote
- Digitale Sichtbarkeit
- Rahmenbedingungen für Fach- und Servicekräfte
- Finanzierung der Bäderarchitektur und -infrastruktur

KURvision

Donnerstag, 16. September 2021
10 bis 17 Uhr
Spessart FORUM Kultur,
Bad Soden-Salmünster

10.00 Uhr Begrüßung
Michael Köhler
Vorsitzender des Hessischen
Heilbäderverbandes

Dominik Brasch
Bürgermeister, Bad Soden-
Salmünster

10.30 Uhr Fiktion · Vision · Sensation
Der Gedanke der Revolution
Dr. Wolfgang Metternich
Historiker, Frankfurt am Main

11.00 Uhr Funktion · Dimension · Inspiration
Die Kur als Wirtschafts- und
Standortfaktor
Tarek Al-Wazir
Staatsminister Hessisches
Ministerium für Wirtschaft,
Energie, Verkehr und Wohnen,
Wiesbaden

12.00 Uhr Passion · Vision · Konzentration
Gemeinsam ans Ziel
Athena Schreiber
WortSpiel - Erzähltheater,
Jossgrund

12.30 Uhr Zeit für Gespräche

13.30 Uhr Option · Vision · Kuration
Der Mensch und die ganzheitliche
Heilung
Corinna Mühlhausen
Trendforscherin, Hamburg

14.30 Uhr Reflexion · Vision · Ambition
Der Kurort im Jahr 2100

15.00 Uhr Zeit für Gespräche

15.30 Uhr Aktion · Vision · Kreation
Neues Denken für eine neue
Welt
Ljubow Chaikewitch
Brainbirds, München

16.00 Uhr Mission · Vision · Expedition
Die Marke und die Zukunft
Michael Domsalla
KMT0, Bad Zwischenahn

17.00 Uhr Evolution · Vision · Revolution
Wir fassen zusammen



Marke & Identität

Mit der Entwicklung der Marke DIE KUR haben die Heilbäder und Kurorte in Hessen ihre Tradition neu begründet. Sie gibt die Richtung vor und sendet die benötigten Impulse. Ihre Wirkung entfaltet sie auch in den Marketing-Aktivitäten, die der Hessische Heilbäderverband umsetzt.



Julian Schweitzer, Bürgermeister Bad Endbach
Vorsitzender des Ausschusses für Marke & Identität

Ausschuss für Marke & Identität

Im Ausschuss für Marke und Identität ist die Markensteuerung für DIE KUR verankert.

Marke steht dabei für die aktive Gestaltung des Steuerungsprozesses, die Identität für die Umsetzung der Marke auf die Marketing-Maßnahmen.

Der Ausschuss traf sich 2020 zu

- 2 Sitzungen

Marketing-Mix und Budget

„Sorgfältig und überlegt“ setzen die Heilbäder und Kurorte die zur Verfügung stehenden finanziellen Mittel ein. Dabei spielen sie die vielfarbigen Facetten des modernen Marketings aus und gestalten ihre Aktivitäten stets nach dem Motto

„3 x A“ – ANDERS ALS ANDERE.

Das Budget für die Marketing-Maßnahmen setzt sich zusammen aus den

- Beiträgen der Mitglieder sowie einer
- Mittelzuwendung des Hessischen Ministeriums für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen.

Zielgruppen

Die Entwicklung der Marke DIE KUR ging einher mit einer intensiven Betrachtung der Zielgruppen. Grundlage dafür bildeten die Sinus-Milieus, die die Lebenswelten und die Lebensstile der Menschen beschreiben. Grundlegende Werteorientierungen finden sich hier ebenso wie Alltagseinstellungen (zu Arbeit, Familie, Freizeit oder Konsum). Damit werden in den Milieus Menschen zusammengefasst, die sich in der Lebensauffassung und Lebensweise ähneln.

Zielgruppen der Heilbäder und Kurorte in Hessen

Die bürgerliche Mitte
Leitmotiv: Das Erreichte sichern

„Zukunftsmilieu“ **Adaptiv-Pragmatische**
Leitmotiv: Alle Optionen offenhalten

Kommunikation

Die Hessische Bäderfamilie legt Wert auf ein einheitliches und unverwechselbares Bild der Heilbäder und Kurorte in Hessen. Kommunikation und Design orientieren sich an der Entwicklung der Marke DIE KUR.

Konzentration auf 3 Bereiche:

Kern der Kommunikationsaktivitäten bilden die folgenden Maßnahmen:



Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Hessischen Heilbäderverbandes zielt darauf ab, das Kur- und Bäderwesen mit seinen Vorzügen darzustellen und das Image positiv aufzuladen. Basis dafür bildet das aktualisierte Kommunikationskonzept.

2019 hat sich der Verband dafür entschieden, die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit wieder in die Geschäftsstelle zu inte-

Farben, Formen, Fakten

grieren. Mit Blick auf die Ereignisse im Jahr 2020 war das eine vorausschauende Entscheidung, die eine gut organisierte Krisenkommunikation „über Nacht“ ermöglichte.

Zu den Ergebnissen der intensiven Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in einem außergewöhnlichen Jahr zählen Veröffentlichungen in den unterschiedlichsten Medien. Dazu haben auch die Pressemitteilungen beigetragen, die vom Hessischen Heilbäderverband vorbereitet und durch die Mitglieder an die regionalen Medien versandt wurden. So konnte die Reichweite der einzelnen Presseausendungen deutlich erhöht werden.

Erfolgreich war auch „Bella“ für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit tätig. Jeder Mitgliedsort hat die Ankunft der Botschafterin für eine Veröffentlichung genutzt, so dass Bella in kürzester Zeit zu einem beliebten Fotomodell wurde.

- **Pressekonferenzen**
Präsentation „Bella“ – Wiesbaden
Präsentation „Bella“ – Bad Wildungen
Mitgliederversammlung des Hessischen Heilbäderverbandes in Bad Soden-Salmünster
- **Pressemitteilungen zur Situation der Heilbäder und Kurorte in Hessen in Zeiten der Corona-Pandemie und weitere zu aktuellen Themen**
 - Hessischer Heilbäderverband in größter Sorge (24.03.2020)
 - Dramatische Folgen der Corona-Pandemie für die Zentren der Prävention und Rehabilitation (15.04.2020)
 - Systemrelevant und unverzichtbar: Die Heilbäder und Kurorte in Hessen wollen einen Beitrag zur Bewältigung der Corona-Krise leisten (05.05.2020)
 - Heilbäder und Kurorte in Hessen fordern:

- Thermen und Bäder müssen wieder öffnen (29.05.2020)
- Konjunkturpaket enttäuscht die Heilbäder und Kurorte in Hessen (05.06.2020)
- Zukunft für die Heilbäder & Kurorte in Hessen (11.11.2020)

■ Presseservice für Journalisten

- **Presseservice für Mitglieder**
Mini-Kampagne
4 Pressemitteilungen für die regionalen Medien

Dialog mit den Mitgliedern

Bewusst setzt der Hessische Heilbäderverband auf eine intensive Kommunikation mit seinen Mitgliedern. Denn die Themen sind vielfältig und reichen von den Veränderungen der Gesetzeslage bis hin zu Marketing-Aktivitäten und Tipps, Trends und Terminen. Für die Fülle an Informationen, die das Jahr 2020 in Bezug auf die Pandemie bescherte, setzt die Geschäftsstelle das Kommunikationssystem Slack ein. Hier können in verschiedenen Kanälen Themen dargestellt und gemeinsam bearbeitet werden.

- Ungezählte Gespräche und Rund-Mails
- „Workspace“ Slack

Dialog mit den Partnern

Der Hessische Heilbäderverband ist Teil eines großen Partnernetzwerkes, das sich gerade im Jahr 2020 sehr intensiv ausgetauscht hat. Professionelle Grundlage bietet dafür das Tourismusnetzwerk Hessen, das der Hessische Tourismusverband und Hessen Tourismus organisieren.

- Tourismusnetzwerk Hessen

Dialog mit der Politik

Dialog von vielen Menschen mit vielen Menschen: Bei den Partnern aus Poli-

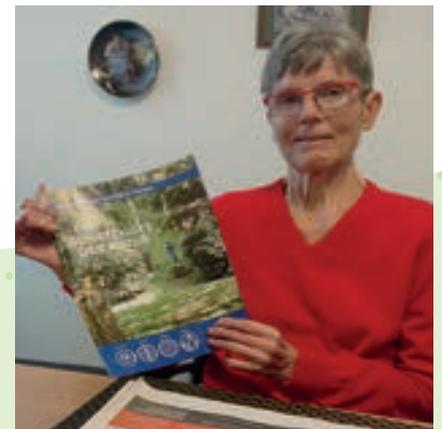
tik und Wirtschaft wirbt der Hessische Heilbäderverband um Vertrauen und Verständnis. Info-Briefe erläutern Zusammenhänge, stellen neue Projekte vor, zeigen Herausforderungen und Lösungsmöglichkeiten auf. Eine sehr gute Kommunikation besteht unter anderem mit der Hessischen Landesregierung und vielen Landtagsabgeordneten.

- 4 Info-Briefe und ungezählte Gespräche

Kommunikationsmedien

Die Schatzkiste der Natur

Seit fünf Jahren erscheint zum Jahresende ein Magazin der Heilbäder und Kurorte in Hessen. Die Ausgabe „Die Schatzkiste der Natur“ im Jahr 2020 präsentierte zum Themen-Schwerpunkt „Abwehrkräfte stärken“ vielfältige Tipps aus den prädikatisierten Orten. Eingebunden wurden zudem Experten aus den Bereichen der Medizin sowie Ernährungsberatung.



- Die Schatzkiste der Natur – Magazin Beilage in den Gesamtausgaben der Frankfurter Neuen Presse sowie der Hessisch-Niedersächsischen Allgemeinen Gesamtauflage: 311.549

Heilbäder und Kurorte in Hessen – Kur für die Seele Spas and Health resorts in Hessen – Cure for the soul

Image-Broschüre, aufgeteilt in die Themen „Wasser“, „Erde“ und „Luft“ und einer Kurzdarstellung der Heilbäder und Kurorte in Hessen.

Gesundheitsangebote

Informationsblatt zu den Gesundheitsangeboten von der Heilquelle über Fastenkuren zu Trinkkuren und Wohnmobilstellplätzen. Beilage zur Imagebroschüre.

Kurtaxe für vielfältige Angebote

Informationsblatt für Gäste und Bürger der Heilbäder und Kurorte in Hessen mit Erläuterungen zur Erhebung der Kurtaxe.

Thermen und Bäder

Broschüre über die Thermen und Bäder in den Heilbädern und Kurorten in Hessen mit Hinweis auf das jeweilige Natürliche Heilmittel und weitere außergewöhnliche Angebote. Ein Serviceteil befasst sich mit den Freibädern.

Kommunikationspolitik

Die Werbe-Aktivitäten der Heilbäder und Kurorte in Hessen konzentrieren sich üblicherweise auf die Herbst- und Wintermonate, da hier die besten Ergebnisse für die Maßnahmen zu erwarten sind. 2020 hat sich der Ausschuss für Marke & Identität bewusst dafür entschieden, die geplanten Werbe-Maßnahmen trotz des zu erwartenden zweiten Lockdowns umzusetzen. Mit der „Stärkung der Abwehrkräfte“ wurde ein thematischer Schwerpunkt gesetzt, der sich wie ein roter Faden durch die Kampagne gezogen hat.

Insertionskampagne

- Apotheken-Umschau
- HNA Reisezeit
- Super-Spezial-Kombi (Frau im Spiegel, Das goldene Blatt ...)
- Landreise
- Weltreise durch Deutschland (Veröffentlichungen Online und in zahlreichen Zeitungen)

Internetkampagne

- t-online.de
Präsenz im Sub-Channel Heilbäder und Kurorte

Rundfunkkampagne

- Radio Antenne Mainz mit Verlinkung der Internetseiten www.hessische-heilbaeder.de und www.reise-radioshow.de und Gewinnspiel
- Radio „harmony.fm“ mit Verlinkung der Internetseiten www.hessische-heilbaeder.de und www.harmony.fm.de und Gewinnspiel

Bereits im Juli ging es mit Hans-Mario Praetor auf Schatzsuche. Die Reise-Radioshow für Antenne Mainz wurde in Wiesbaden aufgezeichnet und führte durch alle Heilbäder und Kurorte in Hessen.



Im September präsentierte Mario Sattler auf harmony.fm über 14 Tage die besten Tipps und Trends. In der Schatzkiste fanden sich jede Menge „Schmuckstücke“, die dafür sorgen, dass die Abwehrkräfte gestärkt werden.

Interviewpartnerin war jeweils Geschäftsführerin Almut Boller.

Messen und Ausstellungen

- CMT Stuttgart
- gesund leben Frankfurt am Main

Die Präsentationen ermöglichten den direkten Kontakt zu den Zielgruppen und trugen so zu einer besseren Einschätzung der Produkt- und Angebotsentwicklung bei. Bei der ITB Berlin, die aufgrund der Pandemie ausfallen musste, stehen Gespräche mit Geschäftspartnern aus den verbundenen Branchen im Vordergrund.

Verbindende Elemente

30 Heilbäder und Kurorte finden sich in Hessen. Alle sind sie einzigartig und ein jedes besonders – und doch sind sie in ihrer Tradition miteinander verbunden. Das äußere Zeichen dafür ist das Prädikat, das auch für eine einzigartige Qualität steht. In den Heilbädern und Kurorten sind jedoch immer mehr Zeichen der Verbundenheit zu entdecken:

Bella

Seit Sommer 2020 findet sich Bella in allen 30 Heilbädern und Kurorten. Die von der Kasseler Künstlerin Eva Maria Frey geschaffene Skulptur ist eine gute Botschafterin. Mit Hut und in einem farbenfrohen Kleid – natürlich im Design des Hessischen Heilbäderverbandes – blickt sie humorvoll umher und strahlt mit ihren weiblichen Rundungen vor allem eines aus: Lebensfreude pur!



Alle Heilbäder und Kurorte haben die Ankunft von Bella in ihrem neuen Zuhause gefeiert und mit Presse-Informationen begleitet.

Die KURLiege

2016 entstand bereits die KURLiege. Für den Platz der Erholung, der aus heimischen Hölzern gebaut und rückenergonomisch geformt ist, standen die Möbelschreinerei Kunz und das Entwickler Team Dr. Maria Banzer und Professor Dr. Winfried Banzer, Sportmediziner an der Universität Frankfurt und Mitglied des Beirates Sportentwicklung des Deutschen Olympischen Sportbundes, Pate.

Danke!

Die Hessische Bäderfamilie freut sich, dass die Aktionen durch das Hessische Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen auch finanziell gefördert werden.

Foto-Archiv

Die Heilbäder und Kurorte in Hessen setzt Profi-Fotograf Heiko Rhode in Szene. Das Bildarchiv des Hessischen Heilbäderverbandes umfasst Aufnahmen zu vielfältigen Themen, befindet sich auf einem aktuellen Stand und wird regelmäßig ergänzt.

Helden des Alltags

All jenen, die Tag für Tag das Unmögliche möglich machen, sich engagieren und da helfen, wo Hilfe gebraucht wird, ist die Aktion „Helden des Alltags“ gewidmet. Die Postkarten im Design der Heilbäder und Kurorte in Hessen sind mehr als ein Dankeschön.

Internet

www.hessische-heilbaeder.de

Die Informationsplattform der Heilbäder und Kurorte in Hessen ist der Internet-Auftritt www.hessische-heilbaeder.de. Hier finden sich umfangreiche Tipps und Hinweise, die in unterschiedliche Rubriken aufgeteilt sind.

Soziale Netzwerke

Facebook & Co.

Mit ihren Präsenzen in facebook konzentrieren sich die Heilbäder und Kurorte in Hessen bewusst auf ein soziales Netzwerk. So können bestehende finanzielle und personelle Ressourcen gebündelt und Informationen, Tipps und Nachrichten zielgruppengerecht präsentiert werden.

- Heilbäder und Kurorte in Hessen
- Hessischer Heilbäderverband

Film

Nahezu unverzichtbar im modernen Marketing-Konzept ist ein Film. In einem sehr spannenden Pitch hat sich im Spätsommer 2019 das Konzept der Agentur Weltberg, Kassel, durchgesetzt. Die Dreharbeiten schlossen sich in einzelnen Heilbädern und Kurorten direkt an. Seit Sommer 2020 wird der Film auf den verschiedensten Kanälen ausgespielt.

- Hauptfilm inklusive 3 Kurzfassungen
- Film Bella

Qualitätssicherung

Qualität bringt nicht nur immer bessere Produkte hervor, sondern dient vielmehr uns selbst als Maß für unser Tun. Mit ihrer hohen medizinisch-therapeutischen Kompetenz und ihrer Erfahrung stehen die 30 Heilbäder und Kurorte in Hessen in der Verantwortung für die Gesundheit der Menschen. Auch deshalb finden regelmäßige Qualitätsprüfungen in den prädikatisierten Orten statt, die den hohen Standard des Angebotes garantieren.



Ralf Gutheil, Bürgermeister
Bad Wildungen
Expert: Qualitätssicherung

Die Prädikate

Die „Begriffsbestimmungen / Qualitätsstandards des Deutschen Heilbäderverbandes, erarbeitet in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Tourismusverband, für Heilbäder und Kurorte, Luftkurorte, Erholungsorte sowie für Heilbrunnen und Heilquellen“ bilden die Grundlage für die Vergabe der Prädikate. Sie sind das international anerkannte Zeichen für die hohe Qualität der Heilbäder und Kurorte in Deutschland.

Erfolgreich bestanden

Die folgenden Prädikate wurden 2020 verliehen:

Bad Soden am Taunus
Heilquellenkurbetrieb

Willingen
Heilklimatischer Kurort
Kneipp-Heilbad

Willingen-Usseln
Heilklimatischer Kurort



Hessischer Fachausschuss für Kurorte, Erholungsorte und Tourismusorte

Der Hessische Fachausschuss für Kurorte, Erholungsorte und Tourismusorte ist beim Regierungspräsidium Kassel angesiedelt

und zeichnet verantwortlich für die Vergabe der Prädikate „Heilbad“, „Kurort“ oder auch „Tourismusort“.

Qualität kompakt

Die Initiative „Qualität kompakt“ für den Tourismus in Hessen bündelt die Zertifizierungssysteme

- Hotel-Sterne
- Hessen à la carte
- Reisen für Alle und
- ServiceQualität Deutschland

und bietet damit Betrieben und Unternehmen passgenaue Beratung aus einer Hand.

Qualität kompakt ist eine Initiative der DEHOGA Hessen e.V., des Hessischen Tourismusverbandes und der HA Hessen Agentur GmbH im Auftrag des Hessischen Ministeriums für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen.

Prüfungsausschuss „Kaufmann für Tourismus und Freizeit“

Die Ausbildung zur Kauffrau oder zum Kaufmann für Tourismus und Freizeit fördert Nachwuchskräfte und sichert für die kommende Generation Fachkräfte und Spezialwissen. Im Prüfungsausschuss der IHK Frankfurt engagiert sich Geschäftsführerin Almut Boller.

Medizinisch-
therapeutische
Kompetenz

Unsere Partner

Auf einen Blick

Die Interessensvertretung in Bund, Land und Region ist der Aufgabenschwerpunkt des Hessischen Heilbäderverbandes mit dem Ziel, ein zukunftsfähiges Kur- und Bäderwesen zu gestalten. Der Verband ist bewusst und sehr gerne Partner zahlreicher Verbände, Vereinigungen und Ausschüsse.

Deutscher Heilbäderverband e.V.

Zum Deutschen Heilbäderverband gehören die Heilbäderverbände der Bundesländer sowie Fachverbände des Kur- und Bäderwesens. Die zentrale Aufgabe des Branchenverbandes ist die Interessensvertretung auf der bundesdeutschen Ebene. Die Gespräche mit den Vertretern aus Politik und Wirtschaft oder die Mitwirkung zum Beispiel in den Gremien der „Deutschen Zentrale für Tourismus“ oder des Kompetenz-Zentrums für Tourismus sind wichtiger Bestandteil des Aktivitätenplanes, um die Positionen der Heilbäder und Kurorte darzustellen und zu sichern.

Im Vorstand werden die Heilbäder und Kurorte in Hessen durch ihren Vorsitzenden, Bürgermeister Michael Köhler, vertreten.

Präsidentin

Brigitte Goertz-Meissner
Kurdirektorin a.D., Baden-Baden

Vize-Präsidenten

Thomas Richter
Bürgermeister a.D., Bad Liebenwerda

Fritz Link

Bürgermeister, Königsfeld

Die Ausschüsse mit ihren hessischen Vertretern

Begriffsbestimmungen, Standardisierung, Prädikatisierung

Ralf Gutheil, Bürgermeister
Bad Wildungen

Europa-Angelegenheiten

Dr. Dirk Thom, Kurdirektor
Bad Orb

Finanzen, Wirtschaft und Strukturen

Almut Boller, Geschäftsführerin
Wiesbaden

PR und Kommunikation

Almut Boller (Vorsitz), Geschäftsführerin
Wiesbaden

Sozialrecht

Frank Hix, Bürgermeister
Bad Sooden-Allendorf

Wissenschaft, Forschung und Entwicklung

NN.

Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen

Tourismuspolitischer Handlungsrahmen, Strategischer Marketingplan, Fördermöglichkeiten für die Heilbäder und Kurorte und viele weitere Projekte mehr. Die Themen, die das Hessische Wirtschaftsministerium und den Hessischen Heilbäderverband zusammenführen, sind vielfältig und bedürfen einer intensiven Beratung.

Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz

Die Strategie für den Tourismus im Ländlichen Raum, die im Sommer 2020 der Öffentlichkeit präsentiert wurde, ist der zentrale Baustein für die Zusammenarbeit mit dem Hessischen Umweltministerium.

Hessisches Ministerium der Finanzen

Die „Zuweisungen zu den Belastungen der Heilkurorte“ sind für die Heilbäder und Kurorte in Hessen von herausragender Bedeutung. Im Herbst 2020 hat das Hessische Finanzministerium weitere Hilfen für die krisengebeutelten Gesundheitsstand-

orte zugesagt und im Dezember eine erste Marge ausgezahlt.

Hessisches Ministerium für Gesundheit und Soziales

Vom Themenfeld „Digitalisierung“ über das „Betriebliche Gesundheitsmanagement“ bis hin zur „Entwicklung von Fachkräften“ reichen die Ansatzpunkte für die Zusammenarbeit mit dem Hessischen Gesundheitsministerium.

Hessen Tourismus

Die Umsetzung des Strategischen Marketingplans sowie der Strategie für den Tourismus im Ländlichen Raum sind die Themen der Abteilung Hessen Tourismus der HA HessenAgentur GmbH. Mit dem Beginn des Markenprozesses setzte Hessen Tourismus im Herbst 2020 einen weiteren Akzent.

Die Heilbäder und Kurorte werden im Tourismus-Beirat und in den strategischen Prozessen durch Geschäftsführerin Almut Boller vertreten.

Hessischer Tourismusverband

Gemeinsam für Kur & Tourismus. Hessischer Tourismusverband und Hessischer Heilbäderverband arbeiten eng miteinander, um die Bedeutung von Kur & Tourismus in der Politik und den Medien zu erhöhen. Dafür engagieren sie sich, vertrauen aufeinander und ergänzen sich in den vielfältigen Themenbereichen. Im Vorstand vertritt Vorsitzender Michael Köhler die Interessen der Heilbäder und Kurorte.

Hessen Tourismus Management UG

Die im Herbst 2020 gegründete Tochtergesellschaft des Hessischen Tourismusverbandes zeichnet für die Umsetzung des Tourismuspolitischen Handlungsrahmens sowie der Strategie für den Tourismus im Ländlichen Raum verantwortlich.

Medical Network FrankfurtRheinMain

Im Fokus des Medical Network Frankfurt-RheinMain steht der „Medizintourismus auf ausländischen Märkten“. Die Heilbäder und Kurorte in Hessen werden in dem Verein, zu dessen Gründungsmitgliedern der Hessische Heilbäderverband zählt, durch Geschäftsführerin Almut Boller vertreten.

Vereinigung für Bäder- und Klimakunde e.V.

Die Vereinigung für Bäder- und Klimakunde e.V. sammelt, wertet aus, präsentiert und entwickelt die Erkenntnisse der Kurortwissenschaft weiter. Dazu besteht ein Austausch mit der Bäderwirtschaft in experimenteller und klinischer Forschung und der ärztlichen und therapeutischen Anwendung.

Verband der Heilklimatischen Kurorte Deutschlands

Rund 50 Heilklimatische Kurorte werden durch den Bundesverband vertreten, der 2018 die Grundlagen für eine neue strategische Ausrichtung gelegt hat. Geschäftsführerin Almut Boller ist seit 2013 die stellvertretende Vorsitzende des Verbandes der Heilklimatischen Kurorte.

Verband der Ersatzkassen e.V.

In Vertretung für seine Heilbäder und Kurorte verhandelt der Hessische Heilbäderverband in regelmäßigen Abständen mit den Krankenkassen die Preise zur Erbringung von Leistungen im Rahmen ambulanter medizinischer Versorgungsleistungen gem. § 23 Abs. 2 SGB V. Die Preise wurden im Jahr 2018 angepasst, neue Verhandlungen stehen frühestens 2021 an.

IHK Frankfurt am Main

Die IHKs setzen sich gemeinsam mit ihren Mitgliedsunternehmen für die Wirtschaft in ihren Regionen ein. Geschäftsführerin Almut Boller engagiert sich im Ausschuss für Tourismus.

Was für ein Jahr!

Wer hätte gedacht, dass das Jahr 2020 – und mittlerweile müssen wir leider auch sagen 2021 – solche Herausforderungen mit sich bringen. Dabei war der Start so vielversprechend. Die Pandemie, ihre Folgen und Auswirkungen auf Gesellschaft, Wirtschaft und jeden Einzelnen verlangen uns viel ab. Selten wurde so deutlich, dass nichts in der Welt selbstverständlich ist, dass es immer Verständnis und Rücksicht braucht und nur in der Gemeinsamkeit Erfolg liegen kann. Die Situation ist schwer und dennoch: Es gibt Perspektiven.

Durch alle Zeiten werden wir von großartigen Menschen begleitet, die sich engagiert für die Heilbäder und Kurorte in Hessen einsetzen, die ein offenes Ohr für unsere Sorgen und Nöte haben und die bereit sind, mit uns das Kur- und Bäderwesen zukunftsfähig zu gestalten. Dafür gibt es nur ein einziges Wort:

DANKE.

Impressum

Herausgeber

Hessischer Heilbäderverband e.V.
Wilhelmstraße 18
65185 Wiesbaden
Vereinsregister 11 86 beim Amtsgericht
Wiesbaden

Konzept und Gestaltung

wellKOM. Kommunikationsdesign
GmbH, Wiesbaden
Hessischer Heilbäderverband

Beiträge

Almut Boller, Geschäftsführerin
Michael Köhler, Vorstandsvorsitzender
Julian Schweitzer, Ausschuss für Marke
und Identität
Markus Oberndörfer, Ausschuss für
Betriebswirtschaft
Dr. Dirk Thom, Sprecher für Europa-
Angelegenheiten

Fotos

S. 2, Spalte 3 unten Michael Domsalla
S. 3, HMWEVW
S. 12, Annika List
S. 25, Spalte 1 Daniel Böth Fotodesign
S. 29, Spalte 1 K. Jäger
Hessischer Heilbäderverband
Almut Boller

P.S. Ein Jahr ist angefüllt mit 365 spannenden, interessanten und auch hektischen Tagen. Kaum zu glauben, was alles passiert und nahezu unmöglich, alles aufzunehmen. Deshalb gibt dieser Geschäftsbericht eine umfangreiche Übersicht über die vielfältigen Themen, würde aber niemals wagen, einen Anspruch auf Vollständigkeit zu erheben.

Mit und für
die KUR

■
Hessischer Heilbäderverband e.V.
Wilhelmstraße 18
65185 Wiesbaden
Telefon: (0611) 26 24 87-87
Telefax: (0611) 26 24 87-99
info@hessische-heilbaeder.de
www.hessische-heilbaeder.de

