



Geschäftsbericht

2021

Im Hier und Jetzt





Unverzichtbar für Hessen

Hessens Heilbäder und Kurorte stehen für Arbeitsplätze und Wertschöpfung – gerade auch abseits der Ballungsräume. Allein ihre Kliniken und sonstigen Gesundheitseinrichtungen beschäftigen über 24.000 Menschen. Hinzu kommen mehrere zehntausend Stellen in den Branchen, die direkt und indirekt von Kur und Tourismus abhängen. Alles in allem erwirtschaften sie auch unter den herausfordernden Bedingungen einer weltweiten Pandemie eine Brutto-Wertschöpfung in Milliardenhöhe. Und das ist nur die ökonomische Seite. Heilbäder und Kurorte leisten als Kompetenzzentren für Vorsorge, Behandlung und Rehabilitation einen wesentlichen Beitrag zur medizinischen Versorgung des ländlichen Raums.

Die Hessische Landesregierung weiß sehr gut, welche Bedeutung Heilbäder und Kurorte für das Gesundheitssystem, aber auch für die regionale Wirtschaft haben. Deshalb schaffen wir mit der „Zuweisung für Heilkurorte“ in Höhe von 13 Millionen Euro pro Jahr die finanzielle Basis, damit die prädikatisierten Gesundheitsstandorte den gesetzlichen Qualitätskriterien gerecht werden können. Deshalb haben wir kurspezifische und touristische Infrastruktur seit dem Jahr 2000 mit durchschnittlich 3 Millionen Euro pro Jahr gefördert und damit wiederum Investitionen von rund 172 Millionen Euro ausgelöst. Und deshalb unterstützen wir die Heilbäder und Kurorte in der Corona-Pandemie mit zusätzlichen 15 Millionen Euro aus dem Programm „Hessens gute Zukunft sichern“.

Die Heilbäder und Kurorte in Hessen sind auf dem richtigen Weg. Mit der Neube-gründung ihrer Marke DIE KUR nehmen sie den Trend zur ganzheitlichen Gesundheit in den Blick, und nach zwei schwierigen Jahren gibt es 2022 wieder Anlass zur Zuversicht. Ich bin überzeugt, dass wir spätestens 2023 wieder an die Besucherzahlen vorpandemischer Zeiten anknüpfen können.

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

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



Zukunftsblicke

Zwei Jahre Corona-Pandemie haben uns verändert. Nichts auf dieser Welt ist normal, nichts ist mehr selbstverständlich, nichts ist mehr sicher. Das Virus, das in immer neuen Varianten Schrecken verbreitet, ist zu einer Herausforderung für jeden Einzelnen geworden. Während die einen in rastloser Tatenlosigkeit verharren müssen, stehen andere vor übergroßen Aufgaben, die sie kaum bewältigen können. Umso dankbarer sind wir, dass die Hessische Bäderfamilie in den vergangenen Monaten noch stärker zusammengefunden hat und bereit ist, die Situation gemeinsam zu meistern. Dafür hat der Hessische Heilbäderverband einen Austausch initiiert, Umfragen gestartet und auch eine Vielzahl von Gesprächen mit seinen Mitgliedern geführt.

Die Maßnahmen, um die Verbreitung des Virus zu verhindern, sind umfassend und haben weitreichende Folgen – auch für die wirtschaftlichen Säulen der Heilbäder und Kurorte in Hessen. Denn ohne Klinik keine Chance auf Heilung, ohne Hotellerie, Gastronomie und kurspezifische Angebote keine Erholung und ohne Gast keine Kur.

Um die Verluste, die durch die Pandemie ausgelöst wurden, einordnen zu können, hat die Hessische Bäderfamilie die Studie Wirtschaftsfaktor „Kur und Tourismus“ in Auftrag gegeben. Die Zahlen, die das dwif für die Jahre 2019 und 2020 ermittelt hat, sind ernüchternd. Sie machen deutlich, wie stark die Heilbäder und Kurorte getroffen sind und damit in ihrer Entwicklung gestört werden.

Trotz dieser Ausnahmesituation ist die Zeit auch geprägt von einem großartigen Miteinander. Immer wieder konnten wir feststellen, dass die Sorgen und Nöte der Heilbäder und Kurorte ernst genommen werden. Dafür gilt unser herzlicher Dank der Hessischen Landesregierung um Ministerpräsident Volker Bouffier und den Abgeordneten des Hessischen Landtags sowie den Kommunalen Spitzenverbänden.

Unser besonderer Dank gilt dem für die Heilbäder und Kurorte zuständigen Staatsminister Tarek Al-Wazir und Staatssekretär Dr. Philipp Nimmermann sowie ihrem Team mit Ulrike Franz-Stöcker, Ute Hellberg und Edeltraud Schindler. Herzlichen Dank sagen wir auch Staatsminister Michael Boddenberg und seinem Team im Hessischen Finanzministerium. Wir freuen uns über sehr gute Verbindungen zum Hessischen Umweltministerium sowie zum Sozialministerium, die uns in den verschiedensten Themenfeldern kompetent zur Seite stehen.

Die Hessische Bäderfamilie ist dankbar dafür, dass das Land Hessen die Heilbäder

und Kurorte in diesen herausfordernden Zeiten mit zusätzlichen 15 Millionen Euro aus dem Programm „Hessens gute Zukunft sichern“ fördert. Damit erhöht sich die Zuweisung zu den Belastungen der Heilkurorte für die Jahre 2020, 2021 und 2022 von 13 auf 18 Millionen Euro. Das ist eine sehr gute Hilfe, die dazu beitragen wird, die am dringendsten benötigten Angebote in den prädikatisierten Orten zu sichern. Allein: Es wird nicht reichen.

Um den hohen Standard des Kur- und Bäderwesens zu erfüllen, der die Grundlage für die medizinisch-therapeutische Kompetenz bildet, müssen die Heilbäder und Kurorte investieren. Nur so können sie den nachhaltigen Kriterienkatalog erfüllen, der den Vorgaben hinterlegt ist. Darüber hinaus stellen neue Gesetzeslagen, die über die Heilbäder und Kurorte nahezu achtlos ausgeschüttet werden – vor immense finanzielle Probleme. Die neue Pflichtleistung der Krankenkassen „Ambulante Vorsorgeleistungen“, das Medizin-Produkte-Gesetz oder auch die deutlich verminderte Vorsteuerabzugsberechtigung für ihre Einrichtungen erfordern zu der Finanzierung den Aufbau neuer Strukturen und immense personelle Kapazitäten. Es ist eine Sache, Gesetze zu beschließen. Es ist eine andere, die Heilbäder und Kurorte mit ihren gesamtgesellschaftlichen Aufgaben alleine zu lassen.

Nach wie vor bereiten uns besonders die Thermen große Sorgen. Deren ohnehin hohes Defizit steigt weiter und belastet die kommunalen Haushalte immer schwerer.

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. Rund 900 Millionen Euro Brutto-Umsatz fehlen jeweils in den Jahren 2020 und 2021. Dieser schwere Einschnitt zieht sich durch die drei wirtschaftlichen Säulen der Heilbäder und



Kurorte in Hessen und setzt die so hart errungene Stabilität der prädikatisierten Orte außer Kraft.

KURvision

Erde, Feuer, Wasser und Luft – die vier Elemente – sind Netzwerker und High-Performer. Mit ihnen wollen wir Angebote für den modernen Menschen schaffen. Wir wollen das sein, was wir seit Jahrtausenden sind: Orte der Erholung und der Besinnung. Dafür schaffen wir mit unserer Marke DIE KUR das Dach, unter dem wir mit all unseren Partnern Raum finden.

Wir sind sehr froh, dass der Deutsche Heilbäderverband im Oktober 2021 seine Geschäftsstelle in Wiesbaden eröffnet und sich an unsere Landesgeschäftsstelle andockt hat. Tür an Tür wollen wir unseren Beitrag dazu leisten, die Heilbäder und Kurorte in Deutschland über Landesgrenzen hinweg zusammenzubringen.

Wir wollen aber auch die Hand reichen, wenn Partner in Not geraten. In dieser Verantwortung steht unser Engagement für die Aktion #KURstadthilftKURstadt, die die Stadt Bad Nauheim initiiert hat. Die Hilfsaktion brachte mehrere 10.000 Euro für die von der Jahrhundertflut schwer getroffenen Kurstädte Bad Müns-terteifel und Bad Neuenahr-Ahrweiler.

Die langen Monate der Pandemie haben gezeigt, wie verletzlich unsere Gesellschaft ist und wie dringend die Heilbäder und Kurorte in Hessen benötigt werden. Wir brauchen Hilfe, um die Infrastruktur an Ort und Stelle zu erhalten und damit auch die über 24.000 Arbeitsplätze allein im Gesundheitswesen zu sichern.

Diese Unterstützung verstehen wir keinesfalls als Einbahnstraße. Unser Engagement soll dazu beitragen, Hessen als Standort für Kur & Tourismus weiterzuentwickeln. Deshalb haben wir uns für den Marken-

prozess Hessen eingesetzt und engagieren uns als einer der ersten Partner in der Markenfamilie Hessen.

Vision ist die Kunst, Unsichtbares sichtbar zu machen. Die KURvision geht über diesen Gedanken hinaus. Die Hessische Bäderfamilie hat den Mut, das Angefangene weiterzuführen. Deshalb wirkt sie auf rechtliche Rahmenbedingungen ein und stößt Wirtschaftsprozesse an. Sie formt das touristische System mit und ist auch bereit, hier mehr Verantwortung zu übernehmen.

Über dem Jahr 2022 liegt ein Hoffnungsschimmer und der Wunsch, dass die Pandemie abklingt. Mit großer Sorge blicken wir aber auf die weltweite Entwicklung. Der Angriffskrieg Russlands gegen die Ukraine wird sich auf ganz Europa auswirken. Wir hoffen und beten, dass eine

weitere Eskalation verhindert werden kann und eine neue Zeit des Friedens beginnt. Unsere Gedanken sind bei den Menschen in der Ukraine und bei den russischen Familien, deren Kinder für einen sinnlosen Krieg geopfert werden.



Michael Köhler
Vorsitzender des
Hessischen Heilbäderverbandes e.V.

Zukunft in Europa

Der Wahrung der Interessen der Heilbäder und Kurorte in Deutschland auf der europäischen Ebene kommt eine besondere Bedeutung zu. Denn hier werden die Vorgaben für die Förderperioden ebenso erarbeitet, wie Gesetzgebungen, die direkte Auswirkungen auf die prädikatisierten Orte haben.

Ziel muss es sein, die europäische Zusammenarbeit deutlich zu erhöhen. Wir wünschen 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.

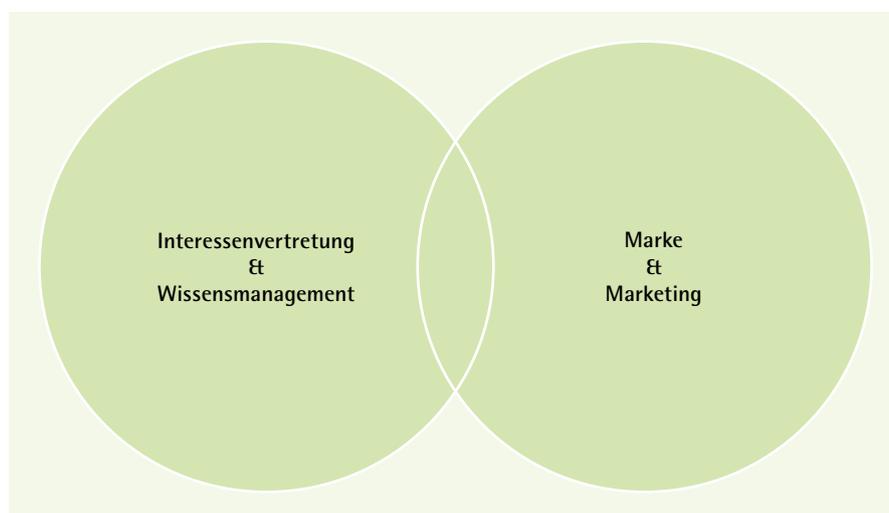
Zukunft in Deutschland

Mit der neuen Geschäftsstelle des Deutschen Heilbäderverbandes in Wiesbaden erhalten die Heilbäder und Kurorte in Deutschland die stabile Basis, die sie für ihre umfassenden Aktivitäten in den Bereichen Wirtschaft, Politik und Tourismus brauchen.

Unser Dank gilt all jenen, die diesen ungewöhnlichen Weg möglich gemacht haben, die den Mut haben, diesen Weg weiterzugehen und in die Gemeinschaft der Heilbäder und Kurorte vertrauen.

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 2021

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: Qualität)

Steffen Schneider
Leiter Kur- & Servicebetrieb, Bad Nauheim

Thomas Trachte
Bürgermeister, Willingen

Stefan Ziegler
Kurdirektor, Bad Soden-Salmünster

Sprecher für Europa-Angelegenheiten

Dr. Dirk Thom (bis 31.12.2021)
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

Werner Eger, Bad König
Nina Fremder, Bad Karlshafen
Johannes Gruber, Bad Endbach
Katja Heiderich, Bad Homburg v. d. Höhe
Ute Kühlewind, Bad Wildungen
und Reinhardshausen
Jens Lüdecke, Bad Sooden-Allendorf
Jörg Peters, Bad Salzschlirf (bis 30.08.2021)
Clara Schmidtke, Bad Schwalbach
Carolin Wollschläger, Bad Nauheim
Stefan Ziegler, Bad Soden-Salmünster

Betriebswirtschaft

Günter Göpfert, Wiesbaden
Bernd Grebe, Bad Endbach
Katja Heiderich, Bad Homburg v. d. Höhe
Michael Lehrbacher, Bad Soden-Salmünster
Jens Lüdecke, Bad Sooden-Allendorf
Pia Siebert, Bad Zwesten
Roland Weiß, Bad Orb

Geschäftsführung

Geschäftsführerin

Almut Boller, Wiesbaden



Geschäftsstelle

Kerstin Westerburg
Birte Wershoven



Balneologische Bibliothek

Professor Dr. Klaus-Ludwig Schmidt von der Justus-Liebig-Universität Gießen legte den Grundstein für die Balneologische-Bibliothek, in der sich heute über 6.000 Publikationen befinden. Hochwertige Stiftungen 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 ergänzen den Bestand und machen das nordhessische Bad Wildungen zum Zentrum der Bäderwissenschaft sowie Kur- und Rehabilitationsmedizin.

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

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

Ansprechpartner:
Bernhard Weller
Leiter der Städtischen Museen

Die Wilhelmstraße 18

Gleiche Adresse und doch ein neuer Standort: Ende September 2021 zog die Geschäftsstelle des Hessischen Heilbäderverbandes vom Vorderhaus der Wilhelmstraße 18 in das Loft im Hinterhaus. Auf rund 70 m² ist jetzt Platz für drei Büros, perfekte Zusammenarbeit und jede Menge Kreativität.

*Viele Menschen
- ein Verband*



Der Hessische Heilbäderverband

Bericht zu den Europa-Angelegenheiten

Die KURtradition zeigt ihre vielfarbigen Facetten in nahezu allen europäischen Ländern. Dennoch gibt es grundlegende Unterschiede, die sich in Qualitätsversprechen, Inhalten, Organisationsstrukturen oder Finanzierungsmodellen zeigen. Über alle Hindernisse hinweg suchen die Heilbäder und Kurorte in Europa einen Weg zueinander.

Der Deutsche Heilbäderverband setzt auf die Mitgliedschaft im Europäischen Heilbäderverband, um bei Gesetzesvorlagen im Europäischen Parlament für die Interessen der Heilbäder und Kurorte zu werben. Wie wichtig diese Kooperation ist, zeigt sich in der Umsetzung der Medical Device Regulation, die gerade die Deutschen Heilbäder und Kurorte vor extreme Herausforderung stellt.

Im Rahmen des 25th EUROPEAN SPAS CONGRESS in Slowenien wurde deutlich, dass die Heilbäder in Europas Süden extrem unter der Pandemie leiden. Es bleibt zu hoffen, dass der europäische Verband nicht unter dem enormen finanziellen Druck zusammenbricht.

Inhaltlich muss der Europäische Heilbäderverband weiter daran arbeiten, die Qualitätsstandards des Deutschen Bäderwesens als Europäischen Qualitätsstandard anzuerkennen. Dies trifft auch die kurspezifische Infrastruktur, gleichwohl bekannt ist, dass zahlreiche europäische Partner mit Hilfe von Fördermitteln eine sehr gute Infrastruktur geschaffen haben.

EHTTA

In der European Historic Thermal Towns Association (EHTTA) finden die Heilbäder mit Thermalquellen in ganz Europa zusammen. Mit Geschäftsführerin Simone Zagrodnik konnten 2021 einige Gespräche geführt werden, die auf beiderseitigen Wunsch fortgesetzt werden.



Dr. Dirk Thom
Kurdirektor, Bad Orb

Aus dem Ausschuss für Betriebswirtschaft

Mit sorgsam zusammengestellten und erarbeiteten Daten und Fakten schafft der Hessische Heilbäderverband mit seinem Ausschuss für Betriebswirtschaft wichtige Arbeitsgrundlagen für die Heilbäder und Kurorte in Hessen. Dabei setzt er auf die Zusammenarbeit mit renommierten Unternehmen und auf Eigenrecherche.

Beeindruckend und zugleich erschreckend sind die Zahlen, die die Studie Wirtschaftsfaktor „Kur und Tourismus“ des dwif, München, ergeben haben. Der Vergleich der Jahre 2019 und 2020 zeigt, wie sich die Corona-Pandemie auf die prädikatisierten Orte ausgewirkt hat. Darüber macht die Studie, die in einer Broschüre veröffentlicht wurde, die Zusammenhänge deutlich und zeigt beispielhaft das Gästeverhalten auf.

Mit dem Betriebsvergleich setzt der Ausschuss alljährlich einen weiteren Schwerpunkt. Die Datenübersicht zeigt die Entwicklung des hessischen Bäderwesens auf und lässt Rückschlüsse auf die gesamte Situation zu. Vom Betriebsvergleich ausgehend, hat sich der Ausschuss für Betriebswirtschaft mit weiteren Kennzahlen befasst, die die Bedeutung der Kur noch deutlicher hervorheben.

Über diese Schwerpunkte hinaus fächern sich vielfältige Themen auf. Dazu gehören die Europäische Datenschutzgrundverordnung ebenso wie die Unternehmereigenschaft eines Kurbetriebes.

Allen Aspekten ist eines gemein: Sie wirken sich direkt auf die Heilbäder und Kurorte in Hessen aus und müssen wohl bedacht und vorbereitet sein.



Markus Oberndörfer
Bürgermeister, Bad Schwalbach

Aus dem Vorstand

Herzlichen Dank

Die Herausforderungen, die das Leben und die Arbeit mit sich bringen, werden immer umfassender – auch ohne Pandemie. Umso höher ist es zu schätzen, wen sich Kolleginnen und Kollegen über ihre Aufgaben hinaus engagieren. Die Heilbäder und Kurorte in Hessen danken

Dr. Dirk Thom

für die engagierte Mitarbeit im Vorstand und das großartige Miteinander.

Mitmachen
ist wichtig!

#KURstadthilftKURstadt

Mit der Aktion #KURstadthilftKURstadt von Bad Nauheim unterstützen Deutscher Heilbäderverband, Hessischer Heilbäderverband und viele weitere Partner die Menschen in Bad Münstereifel und Bad Neuenahr-Ahrweiler, die durch die Flut im Sommer 2021 so vieles verloren haben. Insgesamt konnten über 50.000 Euro gesammelt werden. Allein über 15.000 Euro stammen aus einem Benefiz-Konzert, das der Heilbäderverband Mecklenburg-Vorpommern organisiert hat.

Im Gegenwert der Spenden pflanzten Bürgermeister Klaus Kreß, Leiter des Kur- und Servicebetrieb Steffen Schneider und viele tatkräftige Helfer im Wäldchen des Goldsteinparks Bad Nauheim zusätzlich Bäume.

Gemeinsam in die Zukunft

Seit Oktober 2021 bilden der Deutsche Heilbäderverband und der Hessische Heilbäderverband eine Bürogemeinschaft in der Landeshauptstadt Wiesbaden. Das „Loft im Hinterhaus“ in der Wilhelmstraße 18 ist das neue, kreative Zentrum des deutschen Kur- und Bäderwesens.

So können Informationsströme besser vernetzt, Kontakte zu den Heilbädern und Kurorten intensiviert und gleichsam die zentrale Aufgabe der Interessenvertretung, strukturiert weiter ausgebaut werden. Deutschlands Heilbäder und Kurorte rücken enger zusammen, um gemeinsam die Zukunft zu gestalten.

Die Hessische Bäderfamilie dankt für das Vertrauen. Gemeinsam mit den Partnern in ganz Deutschland will sie das Kur- und Bäderwesen zu einer Leitbranche in Deutschland entwickeln.

Ehrenvorsitzende

Antonius Weber
Bürgermeister i. R.
Königstein im Taunus

Ronald Gundlach
Bürgermeister i. R.
Bad Sooden-Allendorf

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

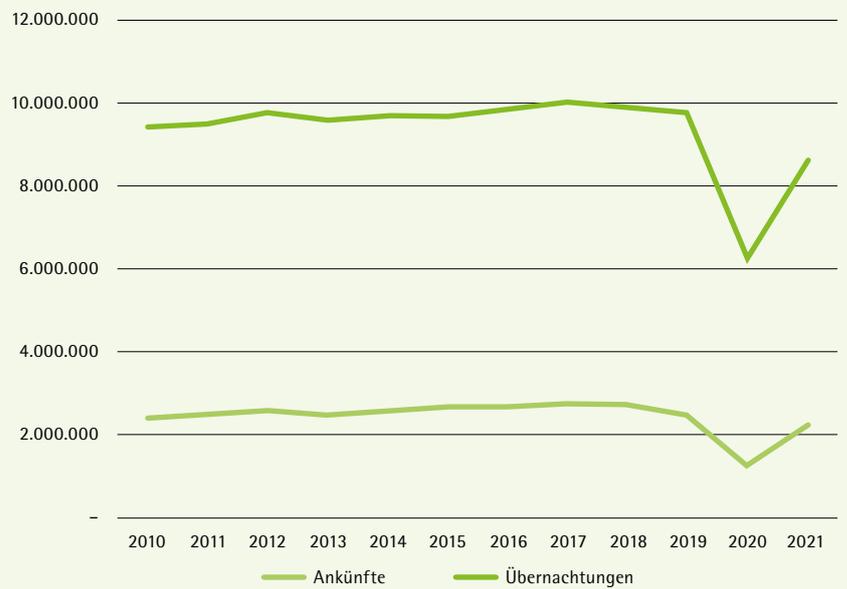


Der Hessische Heilbäderverband

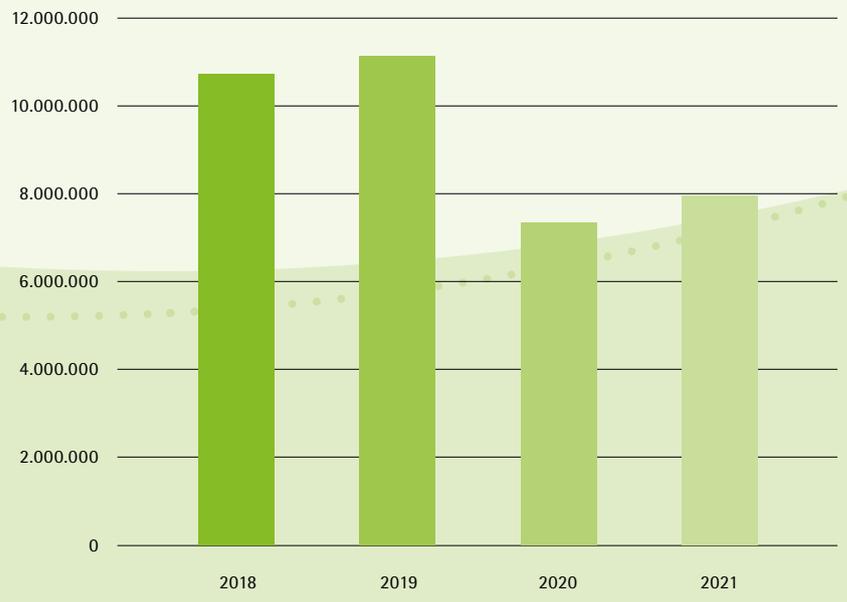
Die Heilbäder und Kurorte in Hessen in Zeiten der Corona-Pandemie

Die Pandemie trifft die Heilbäder und Kurorte in Hessen ins Mark. Sicherheitsvorkehrungen, Schließungen und Einschränkungen in nahezu allen Bereichen des privaten und öffentlichen Lebens führen zu immensen Umsatzverlusten und hinterlassen in den Gesundheitsstandorten deutliche Spuren.

Ankünfte & Übernachtungen



Kurtaxe



Gemeinsam durch die Krise

Seit dem Beginn der Pandemie im Frühjahr setzt der Hessische Heilbäderverband auf ein umfassendes Krisenmanagement, das auch das Jahr 2021 bestimmte.

Marke & Marketing

- Markencheck
- Verstärkung des Markenprozesses
- 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 Heilbäderverband und für die Heilbäder & Kurorte in Hessen
- Hintergrundgespräche
- Pressekonferenzen
- Interviews

Standpunkte

- Positionspapier der Heilbäder & Kurorte in Hessen
- Gemeinsame Positionspapiere European Waterpark Association
Deutscher Heilbäderverband
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 Vertreter
- Kommunale Spitzenverbände
- Informationen
- Gespräche
- Sommertour
- Diskussionsrunden
- Digitale Workshops

Der Hessische Heilbäderverband

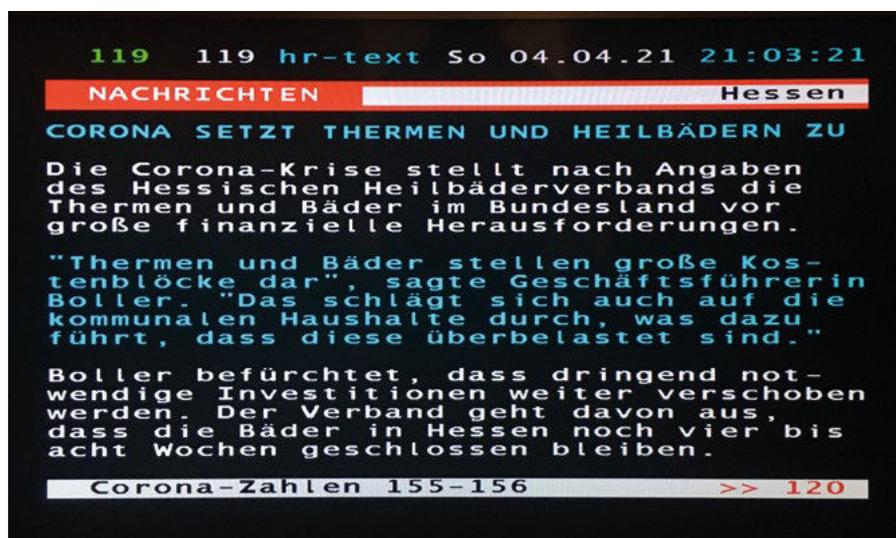
Sonder-Zuweisungen

zu den Belastungen der Heilkurorte
Nahezu zwei Jahre Corona-Pandemie stellen Gesellschaft, Politik und Wirtschaft vor ungeahnte und vielschichtige Herausforderungen. Es geht nicht mehr nur darum „irgendwie“ durch die Pandemie zu kommen, es geht schlicht um jeden einzelnen Menschen. Deshalb heißt es umsichtig handeln, den Menschen zu schützen und sorgsam angelegte und bewährte Strukturen zu bewahren.

Gerade in der Pandemie haben sich die Heilbäder und Kurorte in Hessen als verlässliche Partner erwiesen. Die medizinisch-therapeutische Kompetenz in Bezug auf Prävention und Rehabilitation, Behandlungsoptionen für Long-Covid-Patienten oder auch die Klinikbetten, die für den Bedarfsfall zur Verfügung gestellt werden konnten, sind bedeutsame Beiträge für das Gesundheitssystem. Die Heilbäder und Kurorte müssen nicht nur deshalb als systemrelevant bestätigt werden.

Im Herbst 2020 hat die Hessische Landesregierung die Sonder-Situation der Heilbäder und Kurorte in Hessen anerkannt und sich mit den Kommunalen Spitzenverbänden im „Kommunalkompakt“ darauf verständigt, die prädikatisierten Orte mit zusätzlichen 15 Millionen Euro zu unterstützen. Damit erhöht sich die Bäderzuweisung für die Jahre 2020 bis 2022 von 13 Millionen auf 18 Millionen Euro jährlich.

Die Erhöhung der Bäderzuweisung konnte zwar in den klammen Kassen der Kommunen eine Entlastung herbeiführen. Sie ist jedoch für die Mehrzahl der Heilbäder und Kurorte nicht ausreichend und es muss dringend nachgesteuert werden. Deshalb muss die Bäderzuweisung ab dem Jahr 2023 grundsätzlich auf mindestens 18 Millionen Euro festgelegt und darüber hinaus eine jährliche Anpassung vorgesehen werden.



Weiterhin fordert der Hessische Heilbäderverband für die Thermalstandorte ein Sonder-Programm in Höhe von 10 Millionen Euro. Schließungszeiten und besonders die Einschränkungen von 2G über 2Gplus bis hin zur Limitierung der Besucherzahlen müssen die Kommunen durch erhöhte Zuschüsse ausgleichen. Geld, das für Investitionen und die Weiterentwicklung der kurörtlichen Infrastruktur fehlt.

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 % 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.

Darüber hinaus können in den Heilbädern und Kurorten über 40.000 Menschen in der Gesundheitswirtschaft und nochmals mehrere 10.000 Menschen im Tourismus einen Arbeitsplatz finden.

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

Herzlicher Dank

Wir danken all jenen, die sich intensiv mit uns ausgetauscht haben, und die 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 von Gesetzen haben weitreichende Auswirkungen auf die Heilbäder und Kurorte in Hessen. Deshalb prüft der Hessische Heilbäderverband die Gesetzeslagen und informiert seine Mitglieder ausführlich. Gemeinsam mit den Verbänden auf der europäischen und bundesdeutschen Ebene weist er zudem frühzeitig die politischen Partner mögliche Auswirkungen von Gesetzesänderungen hin.

Medical Device Regulation (MDR)

Heilmittel mit rein physikalischer Wirkung sind nach der Medical Device Regulation (MDR) seit Mai 2021 auf eine Konformitätsbewertung als Medizinprodukt umzustellen. Hiervon sind sowohl die Heilmittel, die nach dem Medizin-Produkte-Gesetz (MPG) zugelassen waren, als auch zulassungsfreie Arzneimittel, betroffen.

Um allen Heilbädern und Kurorten in Deutschland den Zugang zu den gesetzlichen Vorgaben zu ermöglichen, hat der Deutsche Heilbäderverband e.V. die Heilbäder und Kurorte Marketing GmbH



Baden-Württemberg (HKM GmbH) beauftragt, ein Verfahren zur Konformitätsbewertung zu erarbeiten. Damit konnten alle ortsgebundenen Heilmittel mit rein physikalischer Wirkungsweise und medizinisch / therapeutischem Nutzen (Baden, Pelloide und Inhalation) erfasst werden. Die Gesetzeslage ist eindeutig und dennoch muss die MDR in Frage gestellt werden. Denn die Konformitätsbewertung sowie alle damit einhergehenden Aufgaben sind so umfassend, dass sie durch die Heilbäder und Kurorte selbst nicht mehr geleistet werden können. Deshalb steht der Hessische Heilbäderverband mit seinen Mitgliedern im engen Austausch, um gemeinsam mit ihnen Lösungswege zu erarbeiten.

Unser herzlicher Dank für das Engagement und die großartige Zusammenarbeit gilt Vorsitzendem Fritz Link und Geschäftsführer Arne Mellert, Heilbäderverband Baden-Württemberg. Ohne ihr außergewöhnliches Engagement wäre das Gemeinschaftsprojekt zur Konformitätsbewertung nicht zustande gekommen.

Gesetz zur Weiterentwicklung der Gesundheitsversorgung: Ambulante und stationäre Vorsorgeleistungen

Mit der Ratifizierung des Gesetzes zur Weiterentwicklung der Gesundheitsversorgung im Herbst 2021 wurden ambulante und stationäre Vorsorgeleistungen in anerkannten Kurorten von Ermessens- in Pflichtleistungen der Krankenkassen umgewandelt. Damit hat sich eine Forderung des Deutschen Heilbäderverbandes, die der Branchenverband gemeinsam mit den Heilbäderverbänden der Bundesländer formuliert hat, erfüllt.

Die Heilbäder und Kurorte in Hessen haben die gesetzliche Entwicklung und die Chancen, die sich daraus ergeben, im Blick. Aber: Ambulante Vorsorgeleistungen sind keine Selbstläufer. Es bedarf hoher orga-

nisatorischer, infrastruktureller und werblicher Investitionen, um aus der Gesetzesänderung eine tragende wirtschaftliche Säule zu gestalten.

Bis zum Jahr 1996 waren ambulante und stationäre Vorsorgeleistungen als Pflichtleistung fest in den Gesetzesbüchern verankert. Dann verschwand der entsprechende Passus aus dem Gesetzestext – 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.

Gesetzeslagen

Zu Gesetzen, Verordnungen sowie Auslegungshinweisen informiert der Hessische Heilbäderverband ausführlich und steht seinen Mitgliedern zu 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

Kur und Tourismus sind die sozio-ökonomischen Grundlagen der Heilbäder und Kurorte in Hessen. Noch 2019 konnten die prädikatisierten Orte 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. Das sind die Zahlen von gestern.

Die Zahlen von heute sind ernüchternd. Sicherheitsmaßnahmen, Schließungen und Einschränkungen haben dazu geführt, dass die Heilbäder und Kurorte in Hessen mit ihren Säulen Gesundheitswirtschaft, Hotellerie und Gastronomie sowie Dienstleistung zu den Verlierern der Pandemie zählen. Rund 890 Millionen Euro Bruttoumsatz müssen allein im Jahr 2020 ausgeglichen werden. Das belegt eine Studie des dwif, München, die der Hessische Heilbäderverband in Auftrag gegeben hat.

Informationsverhalten

Durch die Pandemie ist „Urlaub in Deutschland“ noch stärker in den Fokus der Bürgerinnen und Bürger gerückt. Internet, Smartphone und Co. sind dabei unverzichtbare Informationsquellen..

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
2021	1.218

Betriebe & Schlafgelegenheiten

23 der 30 Heilbäder und Kurorte in Hessen liegen im ländlichen Raum und bilden dort mit ihrer ausgezeichneten Infrastruktur ein Netz von Versorgungszentren. 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	568	38.666
2021	693	55.047

Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Wiesbaden

Ankünfte und Übernachtungen

Die Wirtschaftskraft der Heilbäder und Kurorte in Hessen lässt sich ansatzweise an den Ankünften und Übernachtungen messen. Ansatzweise deshalb, weil aufgrund der Einschränkungen hinter den erzielten Übernachtungen im Jahr 2020 und 2021 eben nicht die üblichen Umsätze stehen.

Im Vergleich zum Jahr 2019 gingen die Übernachtungen im Jahr 2020 um 36% und 2021 um 34% zurück. Der Blick hinter das Zahlenwerk bestätigt, dass die Übernachtungen hauptsächlich in den Kliniken

entstanden sind. Sie konnten jedoch nicht die gewohnten Umsätze in den verbundenen Branchen, zu denen besonders der Einzelhandel und das Dienstleistungsgewerbe zählen, erzielen. Auch der Blick auf die Erhöhung der Aufenthaltsdauer trägt, denn sie liegt in den Klinikaufenthalten begründet.

Die Heilbäder und Kurorte in Hessen leisteten 2021 einen Beitrag von rund 37% an den gesamthessischen 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 großem Interesse sind.

Wirtschaftsfaktor Heilbäder und Kurorte



	2016		2017		2018		2019		2020		2021	
	Übernachtungen		Übernachtungen		Übernachtungen		Übernachtungen		Übernachtungen		Übernachtungen	
	Ankünfte		Ankünfte		Ankünfte		Ankünfte		Ankünfte		Ankünfte	
Bad Arolsen	55.771	123.740	60.140	132.581	65.424	140.925	66.783	142.228	44.137	102.324	34.404	86.749
Bad Camberg	19.332	205.085	17.844	189.947	17.036	175.743	15.190	162.363	9.910	160.610	9.210	154.140
Bad Emstal	15.494	39.545	16.868	41.224	16.340	38.139	15.325	39.069	10.055	26.928	9.109	27.228
Bad Endbach	12.661	66.382	12.010	65.320	10.983	60.825	11.230	57.234	7.052	44.814	6.657	43.379
Gersfeld (Rhön)	43.559	133.517	46.105	141.700	43.248	130.669	42.055	133.684	27.637	101.231	28.286	108.046
Gladenbach*	17.064	43.553	7.937	18.884	*	*	*	*	*	*	*	*
Grasellenbach	24.614	61.649	25.908	61.956	27.508	66.008	26.817	62.765	14.069	37.661	15.250	42.045
Herbstein	20.151	58.097	19.932	56.945	19.224	55.222	20.790	57.148	6.689	18.383	8.643	23.745
Bad Hersfeld	105.796	341.684	101.275	345.812	101.107	345.976	102.073	359.107	49.264	219.340	54.747	230.649
Bad Homburg v.d. H.	167.392	560.532	174.349	596.384	176.762	588.300	174.098	629.825	70.210	371.106	73.944	390.244
Bad Karlshafen	37.705	159.053	36.040	153.053	37.360	152.365	37.843	150.873	25.659	106.715	24.151	105.267
Kassel	499.761	879.727	569.372	1.031.119	533.093	930.854	562.392	1.015.754	185.408	506.159	250.004	496.634
Bad König	14.250	38.877	13.682	38.880	12.927	33.299	10.986	28.124	5.961	16.414	6.692	14.906
Königstein im Taunus	48.371	203.129	48.536	197.996	48.579	196.914	49.844	197.148	19.559	139.450	23.533	147.567
Lindenfels	15.269	100.326	15.174	97.002	16.746	100.147	16.790	97.697	8.114	48.273	9.287	59.033
Bad Nauheim	96.593	720.320	95.180	700.127	98.599	700.680	104.126	719.782	54.725	509.341	56.565	504.790
Naumburg	8.814	32.668	9.128	32.359	9.686	34.240	10.729	38.861	6.376	23.464	5.706	22.516
Neukirchen (Knüll)	13.725	36.377	14.911	40.787	15.284	39.193	15.060	38.855	9.527	21.492	8.889	22.993
Bad Orb	68.992	438.427	68.463	452.054	69.890	456.425	68.030	447.014	28.823	269.161	37.013	323.941
Bad Salzhausen	16.529	110.105	17.575	110.131	18.406	114.288	17.780	112.510	10.202	84.174	9.651	83.381
Bad Salzschlirf	40.704	219.816	45.210	229.577	42.344	218.907	45.115	212.036	22.016	134.661	26.611	147.911
Schlangenbad	22.887	113.578	21.692	106.982	19.836	93.665	20.290	90.922	9.922	65.744	7.974	60.685
Bad Schwalbach	13.867	227.116	14.303	216.528	14.433	216.580	12.544	219.171	6.639	135.580	7.121	158.669
Bad Soden am Taunus	71.408	155.437	78.612	164.573	74.920	171.820	64.785	160.681	24.537	68.945	22.099	76.564
Bad Soden-Salmünster	45.730	365.632	46.182	355.946	47.961	365.982	46.349	361.114	27.827	271.975	26.981	269.914
Bad Sooden-Allendorf	50.537	422.791	49.025	415.079	44.644	410.645	46.168	416.904	25.439	239.499	26.782	284.877
Bad Vilbel	31.082	72.735	30.084	64.810	25.865	58.478	23.957	55.827	13.533	41.685	14.965	43.263
Wiesbaden	589.816	1.223.457	583.205	1.249.204	580.346	1.251.424	591.775	1.278.891	256.218	654.564	262.767	671.834
Bad Wildungen	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	85.771	1.119.830
Willingen	367.786	1.007.869	388.348	1.048.879	382.318	1.024.382	389.900	1.038.318	200.585	580.889	178.769	535.507
Bad Zwesten	19.417	236.922	19.915	242.019	19.381	231.610	18.830	224.667	12.903	165.153	12.817	176.816
Gesamt	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	1.344.398	6.433.123

* 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 2021 im Rückblick

Januar

- Deutscher Heilbäderverband – Ausschuss für PR & Kommunikation
- Verband der Heilklimatischen Kurorte & Heilbäderverband Mecklenburg-Vorpommern
- Hessisches Umweltministerium, Brigitte Rott
- Lenkungsgruppe Tourismus – Task-Force Corona (2 Termine)
- Hessen Tourismus – Markenwerkstatt Digital Brainpool
- Qualität kompakt
- Wiesbaden Congress+Marketing, Martin Michel
- Podcast Walkmännchen, Almut Boller im Gespräch mit Ralf Baumgarten
- IHK-Prüfung Kauffrau/-mann für Tourismus und Freizeit



Februar

- Deutscher Heilbäderverband – Ausschuss für PR & Kommunikation
- Geschäftsführer Arne Mellert, Heilbäderverband Baden-Württemberg
- Hessischer Heilbäderverband – Vorstand kompakt
- Hessischer Tourismusverband & Hessischer Heilbäderverband
- Bürgermeister Ralf Gutheil, Bad Wildungen
- Bürgermeister Frank Hix, Bad Sooden-Allendorf
- Bürgermeister Axel Muhn, Bad König
- Bürgermeister Marcus Dittrich, Bad Karlshafen
- Bürgermeister Dominik Brasch, Bad Soden-Salmünster
- Bürgermeister Julian Schweitzer, Bad Endbach
- Kurdirektor Dr. Dirk Thom, Bad Orb, und Kurdirektor Stefan Ziegler, Bad Soden-Salmünster
- Lenkungsgruppe Tourismus – Task-Force Corona (2 Termine)
- Strategie für den Tourismus im ländlichen Raum – Begleitgremium
- Hessischer Tourismusverband – Vorstand
- Hessen Tourismus – Markenwerkstatt
- Claudia Ravensburg, MdL, CDU Hessen
- Cornelia Dörr, Tourismusregion Wetterau, Dr. Lutz Ehnert, Kneipp-Bund Hessen
- Dr. Oliver Rong, Roland-Berger-Consulting
- Katja Schmidberger, Humboldt Universität Berlin
- RMCC Wiesbaden, Online-Werkstatt „Pfade in die Zukunft“

März

- Deutscher Heilbäderverband – Vorstandssitzung Ausschuss PR & Kommunikation
- Geschäftsführer der Landes-Heilbäderverbände
- Verband der Heilklimatischen Kurorte Deutschlands – Vorstand
- Hessischer Heilbäderverband – Vorstand Vorstand kompakt
- Ausschuss für Marke & Identität
- Bürgermeister Dominik Brasch, Kurdirektor Stefan Ziegler
- Lars Bengsch, dwif
- Hessen Tourismus – AG Leisure Hessischer Tourismusbeirat
- Lenkungsgruppe Tourismus Task Force Corona
- medical network FrankfurtRheinMain – Vorstand
- IHK Frankfurt am Main, Ausschuss für Tourismus Workshop Social Media
- hr – Interview
- Steffi von Landenberg, Bad Soden am Taunus
- Kerstin Schneekloth, Bad Nauheim
- Michael Domsalla, KMT0
- Jürgen Frink, Cebel Immobilien
- Professor Christian Russ, Wallenfels und Partner
- 1. Tourismusdialog Stadt & Land
- Attraktiver Tourismus, Online-Kongress
- ITB Berlin NOW 2021 – Get together

April

- EPLR – 11. Sitzung
- Deutscher Heilbäderverband – Ausschuss PR & Kommunikation
- Geschäftsführer der Landes-Heilbäderverbände
- Ländliche Entwicklung – mit LEADER die neue Förderperiode gestalten
- Hessischer Städte- und Gemeindebund
- Hessischer Heilbäderverband – Vorstand kompakt
- Lars Bengsch, Matthias Feige, dwif
- Hessen Tourismus – AG Leisure (2 Termine) Markenwerkstatt
- Zertifizierungswesen
- Bernhard Weller, Bad Wildungen, Balneologische Bibliothek
- Klaus Wiesner, wellKOM, Michael Domsalla, KMTO
- Besichtigung möglicher Geschäftsräume
- Online-Werkstatt zur Luca-App



Mai

- Deutscher Heilbäderverband – Ausschuss für Sozialrecht
- Geschäftsführer der Landes-Heilbäderverbände
- Hessischer Heilbäderverband – Zukunftswerkstatt des Vorstands Vorstand kompakt Kassenprüfung
- Referatsleiter Kai Klumpp und Team – Hessisches Finanzministerium
- Hessischer Tourismusverband – Vorstand
- Lenkungsgruppe Tourismus – Task Force Corona
- Hessen Tourismus – Markenwerkstatt AG Leisure
- medical network FrankfurtRheinMain – Vorstand
- Qualität kompakt
- Markenwerkstatt DIE KUR in Bad Sooden-Allendorf
- Markenwerkstatt DIE KUR (4 Video-Konferenzen)
- Michael Domsalla, KMTO (2 Gesprächstermine)
- Nachhaltiges Wirtschaften im Tourismus, Fachkonferenz
- Besichtigung möglicher Geschäftsräume
- Wiesbaden Campus – Interaktive digitale Konferenzen
- DMO-Digital-Training – Website optimal gestalten
- Kneipp-Gesundheitstag, Bad Nauheim

Juni

- Simone Zagrodnik, EHTTA
- EPLR, 12. Sitzung des Begleitausschusses
- Geschäftsführer der Landes-Heilbäderverbände
- Verband der Heilklimatischen Kurorte Deutschlands, Vorstand
- Hessischer Heilbäderverband – Vorstand Mitgliederversammlung
- Referatsleiter Kai Klumpp und Team, Hessisches Finanzministerium
- Tourismuspolitischer Handlungsrahmen – Lenkungsgruppe
- Hessen Tourismus – Fachgruppe Data Hub AG Leisure
- Qualität kompakt
- Markenwerkstatt DIE KUR Bad Soden am Taunus
- Markenwerkstatt DIE KUR Königstein im Taunus
- Bürgermeister Dominik Brasch, Bad Soden-Salmünster
- Bürgermeister Stefan Frankfurth, Bad Emstal
- Bürgermeister Axel Muhn, Bad König
- Bürgermeister Hans-Peter Seum, Nidda-Bad Salzhausen
- Bürgermeister Julian Schweitzer, Bad Endbach und ihre Teams
- Kathryn Weppe, Bad Orb
- Destination.one – Schulung
- Grimmheimat Nordhessen, Jahrestreffen
- IHK-Prüfung Kauffrau/-mann für Tourismus und Freizeit

*Vielfältig
und spannend*

Das Geschäftsjahr 2021 im Rückblick

Juli

- Deutscher Heilbäderverband – Vorstand
- Präsident Dr. Norbert Hemken, Niedersächsischer Heilbäderverband
- Geschäftsführer Arne Mellert, Heilbäderverband Baden-Württemberg
- Hessischer Heilbäderverband – Vorstand kompakt
- Hessischer Tourismusverband – Vorstand
- Strategie für den Tourismus im Ländlichen Raum – Begleitgremium
- Markenwerkstatt DIE KUR (4 Videokonferenzen)
- Michael Domsalla, KMTO
- Stadtverordnetenversammlung in Neukirchen
- Grimmheimat Nordhessen
- Marcus A. Jungermann, Kurhessen Therme
- Nico Prinz, s r p Tourismusberatung, Verband der Heilklimatischen Kurorte
- Barbara Grassl – destination one
- FDP Sommertour mit Jürgen Lenders in Bad Homburg v. d. Höhe, Bad Nauheim und Bad Karlshafen



August

- Deutscher Heilbäderverband – Ausschuss für Finanzen
- Geschäftsführer der Landes-Heilbäderverbände
- Verband der Heilklimatischen Kurorte Deutschlands – Vorstand
- Strategie für den Tourismus im ländlichen Raum – Begleitgremium
- Michael Domsalla, KMTO



September

- Verband der Heilklimatischen Kurorte Deutschlands – Vorstand
- Hessischer Heilbäderverband – Vorstand Mitgliederversammlung
- 17. Hessischer Kurtag KURvision, Bad Soden-Salmünster
- Hessischer Tourismuspreis – Jury-Sitzung
- Hessen Tourismus – Hessischer Tourismusbeirat AG Leisure
- IHK Frankfurt – Ausschuss für Tourismus
- Bad Münstereifel, Bad Neuenahr-Ahrweiler, Spendenübergabe
- Tobias Eckert, MdL, SPD
- Michael Domsalla, KMTO
- Benjamin Sirvend, Brainbirds
- Kick-off-Werkstatt Internetauftritt
- Übergabe Loft im Hinterhaus
- Umzug



Oktober

- EHTTA – Working lunch
- 117. Deutscher Bädertag
- Geschäftsführer der Landes-Heilbäderverbände
- Hessischer Heilbäderverband, Ausschuss für Marke & Identität
- Bürgermeister Ralf Gutheil, Geschäftsführerin Ute Kühlewind, Bad Wildungen
- Neukirchen, Ortsbesichtigung
- Markenwerkstatt DIE KUR in Wiesbaden
- Markenwerkstatt DIE KUR in Bad Emstal
- Klaus Wiesner, wellKOM, Michael Domsalla, KMTO
- Hochschule Heilbronn, Vorlesung „Die Marke DIE KUR“
- Podcast Walk-Män, Almut Boller im Gespräch mit Ralf Baumgarten
- Rückgabe der Räumlichkeiten, Vorderhaus der Wilhelmstraße 18
- Internet, Workshop Design
- Kneipp-Seminar, Bad Nauheim



November

- Verband der Heilklimatischen Kurorte Deutschlands – Vorstand
- Geschäftsführer der Landes-Heilbäderverbände
- Geschäftsführerin Melanie Kornhaas, Thüringer Heilbäderverband
- Hessischer Tourismusverband – Mitgliederversammlung
- Hessischer Tourismustag
- Hessen Tourismus – Fachgruppe Data Hub
- AG Leisure Ideengarten Kampagnenschulung
- Referent Bernd Klotz, HSGB
- Leiter Kur- und Servicebetrieb Steffen Schneider und Team, Bad Nauheim
- Pascal Pfarr, Grimmheimat Nordhessen
- Irene Dotzel, Hessisches Finanzministerium
- Klaus Wiesner, wellKOM, Michael Domsalla, KMTO
- Sonja Kortz, Taunus Therme Bad Homburg
- Pflanzaktion im Goldsteinpark
- Referatsleiter Kai Klumpp und Team, Hessisches Finanzministerium
- Eike Knall, Radio Frankfurt
- IHK Frankfurt am Main, Ausschuss für Tourismus
- 80. Geburtstag Ehrenvorstandsmitglied Rainer Kowald



Dezember

- Deutscher Heilbäderverband – Vorstand
- Geschäftsführer der Landes-Heilbäderverbände
- Hessischer Heilbäderverband – Vorstand
- Bürgermeister Ralf Gutheil, Stellvertretender Vorsitzender Göpfert
- Hessisches Wirtschafts- sowie Umweltministerium, Tourismuspolitische Konsultationsrunde
- Hessen Tourismus – Digital Brainpool
- medical network FrankfurtRheinMain, Vorstand
- Qualität kompakt
- Grundsteinlegung Sprudelhof Therme, Bad Nauheim
- IHK Frankfurt, Ausschuss für Tourismus



Interessant
und aufregend



Alles ist in
Zwischen
der Schw



m. Werden,
nkert
etterling.

Nelly Sachs
(1891 – 1970)

KURvision

Mit dem Zukunftspapier „Leitlinien“ haben die Heilbäder und Kurorte in Hessen ihre Vision definiert und sich strategische und operative Ziele gesetzt. Dazu wurden Projekte formuliert, von denen mittlerweile die meisten angestoßen wurden. Der Weg ist lang, doch die Hessische Bäderfamilie ist sich sicher, dass die Marke DIE KUR sie in die Zukunft tragen wird..



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. Für nahezu alle Punkte konnten die geforderten Prozesse entwickelt und die Umsetzungsphase eingeleitet 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 regionaler 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.
- Der Hessische Heilbäderverband gibt Impulse, initiiert Prozesse und unterstützt 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.





Die nächste Dimension

17. Hessischer KURtag

Die Heilbäder und Kurorte in Hessen haben mit der Neubegründung ihrer Tradition die Grundlagen für die Neuausrichtung des hessischen 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 zeitgemäß.

Auf dem Weg zur Marke DIE KUR war der 17. Hessische KURtag ein wichtiger Impuls. Denn er gab die ersten Antworten auf die Fragen zu

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

Donnerstag, 16. September 2021
Spessart FORUM Kultur,
Bad Soden-Salmünster

KURvision

17. Hessischer KURtag

Begrüßung
Michael Köhler
Vorsitzender des
Hessischen Heilbäderverbandes

Dominik Brasch
Bürgermeister, Bad Soden-Salmünster

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

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

Passion · Vision · Konzentration
Gemeinsam ans Ziel
Athena Schreiber
WortSpiel – Erzähltheater, Jossgrund

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

Reflexion · Vision · Ambition
Der Kurort im Jahr 2100

Aktion · Vision · Kreation
Neues Denken für eine neue Welt
Benjamin Sievers
Brainbirds, München

Mission · Vision · Expedition
Die Marke und die Zukunft
Michael Domsalla
KMTÖ, Bad Zwischenahn

Danke!
Unser Dank für die Ausrichtung des
17. Hessischen Kurtages gilt
Bürgermeister Dominik Brasch sowie
Kurdirektor Stefan Ziegler mit ihren
Teams. Es war uns eine Ehre.



Farben, Formen, Fakten

In ihren Leitlinien haben die Heilbäder und Kurorte in Hessen die KURvision beschrieben und sich klare Ziele gesetzt. Die Marke DIE KUR gibt dafür die Richtung vor und sendet die benötigten Impulse. Die Marketing-Aktivitäten stärken die Marke und treiben den Motor für Lebenskraft an.



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

Ausschuss für Marke & Identität

Mit dem Ausschuss für Marke & Identität hat die Hessische Bäderfamilie ein Gremium ins Leben gerufen, in dem die Markensteuerung für DIE KUR verankert ist. Marke steht dabei für die aktive Gestaltung des Steuerungsprozesses, die Identität für die Umsetzung der Marke auf die Marketing-Maßnahmen.

Der Ausschuss traf sich 2021 zu

- 2 Sitzungen

Marketing-Mix und Budget

Die Marke gibt das Marketing vor. Alle Maßnahmen, die auf der Klaviatur des modernen Marketings gespielt werden, zahlen dementsprechend auf die Marke ein und folgen stets 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 Basis für die Beschreibung der Zielgruppen bilden die Sinus-Milieus, die sich auf die Lebenswelten und die Lebensstile der Menschen konzentrieren. Grundlegende Wertorientierungen finden sich hier ebenso wie Alltagseinstellungen (zu Arbeit, Familie, Freizeit oder Konsum). So werden in den Milieus Menschen beschrieben, die sich in der Lebensauffassung und Lebensweise ähneln.

Zielgruppen der Heilbäder und Kurorte in Hessen

Die Corona-Pandemie hat auch Auswirkungen auf die Sinus-Milieus, an denen sich die Heilbäder und Kurorte in Hessen orientieren. Die Heilbäder und Kurorte in Hessen konzentrieren sich jedoch nach wie vor auf die folgenden Zielgruppen:

Die bürgerliche Mitte
Leitmotiv: Das Erreichte sichern

Zukunftsmilieu Adaptiv-Pragmatische
Leitmotiv: Alle Optionen offen halten

Kommunikation

Das Bild der Heilbäder und Kurorte in Hessen wird durch eine einheitliche Corporate Identity geprägt. Es folgt der Entwicklung der Marke DIE KUR.

Konzentration auf 3 Bereiche:



Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Hessischen Heilbäderverbandes läuft seit dem Beginn der Corona-Pandemie im März 2020 im „Krisen-Modus“. Im Mittelpunkt stehen die existenzbedrohenden Auswirkungen der Situation, Entscheidungen und Beschlüsse, die auf die Heilbäder und Kurorte in Hessen wirken. Dennoch werden auch Lösungsmöglichkeiten aufgezeigt, zu denen auch die prädikatisierten Orte ihren Beitrag leisten wollen.

Die Basis für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bildet das Kommunikationskonzept, das darauf zielt, DIE KUR mit ihren Vorzügen darzustellen und so das Image positiv aufzuladen. Sämtliche Aktivitäten

werden durch die Geschäftsführung gesteuert.

Zu den Ergebnissen der intensiven Presse- und Öffentlichkeitsarbeit tragen auch die Mitteilungen bei, die durch den Hessischen Heilbäderverband vorbereitet und durch die Mitglieder an die regionalen Medien versandt werden. So konnten die Veröffentlichungsquote und die Reichweite der einzelnen Presseausendungen deutlich erhöht werden.

- **Pressekonferenzen**
 - 17. Hessischer Kurtag in Bad Soden-Salmünster
- **Pressemitteilungen zur Situation der Heilbäder und Kurorte in Hessen in Zeiten der Corona-Pandemie und zu weiteren aktuellen Themen**
 - Ambulante Vorsorgeleistungen (13.01.2021)
 - Ankünfte und Übernachtungen (16.02.2021)
 - Hessischer Heilbäderverband spricht sich für Öffnungen aus (12.03.2021)
 - Hessischer Heilbäderverband unterstützt Modellkommunen für eine sichere Öffnungsstrategie (26.03.2021)
 - Ambulante Vorsorgeleistungen (18.06.2021)
 - #KURstadthilftKURstadt (23.07.2021)
 - und weitere
- **Presseservice für Journalisten**
- **Presseservice für Mitglieder**
 - zu insgesamt 6 Pressemitteilungen

Dialog mit den Mitgliedern

Die Zusammenarbeit der Hessischen Bäderfamilie ist geprägt von einer intensiven Kommunikation. Der Dialog mit den Mitgliedern ist eine zentrale Aufgabe des

Hessischen Heilbäderverbandes. Dabei werden Kommunikationsströme sorgsam angelegt, genutzt und ausgebaut.

Die vielschichtigen Themen umfassen die Veränderungen der Gesetzeslage bis hin zu Marketing-Aktivitäten und Tipps, Trends und Terminen. Für die Fülle an Informationen, die das Jahr 2020 und 2021 in Bezug auf die Pandemie bescherte, setzt die Geschäftsstelle das Kommunikationssystem Slack ein. Hier können in verschiedenen Kanälen Themen dargestellt und gemeinsam bearbeitet werden.

Dialog mit den Partnern

Der Hessische Heilbäderverband ist Teil eines großen Partnernetzwerkes, das sich auf vielen Ebenen austauscht. Eine wichtige Grundlage bietet darüber hinaus das Tourismusnetzwerk Hessen, das Hessen Tourismus in Kooperation mit der Tourismus Management Hessen und dem Hessischen Tourismusverband organisiert.

Dialog mit der Politik

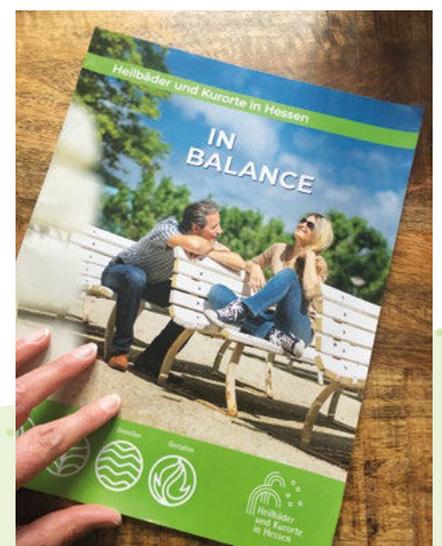
Der Hessische Heilbäderverband setzt auf einen intensiven Dialog mit den Partnern aus der Politik. Die Gespräche werden über die unterschiedlichsten Ebenen hinweg geführt. Darüber hinaus erläutern Info-Briefe Zusammenhänge, stellen neue Projekte vor, zeigen Herausforderungen und Lösungsmöglichkeiten auf.

Kommunikationsmedien

In Balance

Im sechsten Jahr setzte das Magazin der Heilbäder und Kurorte in Hessen auf den Titel „In Balance“ und liegt damit voll im Trend. Neben Tipps aus den Heilbädern und Kurorten wartet die Zeitschrift mit O-Tönen von Experten, Gymnastikübungen und Rezepten auf. Insgesamt erinnert das Magazin eher an eine Frauenzeitschrift. Die Zielgruppe ist begeistert. Das zeigt sich an den über 2.000 Einsendungen zum Gewinnspiel.

- In Balance - Magazin
 - Beilage in den Gesamtausgaben der Frankfurter Neuen Presse sowie der Hessisch-Niedersächsischen Allgemeinen Gesamtauflage: 287.075



Broschürenwelt

Die Broschürenwelt der Heilbäder und Kurorte in Hessen wurde 2021 evaluiert und neu sortiert.

Basis-Broschüre Heilbäder und Kurorte in Hessen

Schwerpunkt:
Ambulante Vorsorgeleistungen
Natürliche Heilmittel
Kurzdarstellung der Heilbäder & Kurorte

Kurtaxe für vielfältige Angebote

Schwerpunkt:
Informationen zur Kurtaxe

Thermen und Bäder

Schwerpunkt:
Natürliche Heilmittel
Angebote der Thermen und Bäder

In Planung

Magazin

Kurspezifische Besonderheiten der
Heilbäder & Kurorte in Hessen

DIE KUR

Buchbare Angebote der Heilbäder & Kurorte
in Hessen zur Marke DIE KUR

Kommunikationspolitik

Der Ausschuss für Marke & Identität hat sich wie schon im Jahr 2020 bewusst dafür entschieden, Werbe-Maßnahmen durchzuführen, um so die Begehrlichkeiten für die Zeit nach den Einschränkungen zu wecken. Thematisch wurde mit der „Stärkung der Abwehrkräfte“ ein Schwerpunkt gesetzt, der sich wie ein roter Faden durch das Jahr 2021 gezogen hat.

Insertionskampagne

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

Internetkampagne

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

Rundfunk

- Radio „harmony.fm“
mit dem Themenschwerpunkt
„In Balance“
und Verlinkung der Internetseiten
www.hessische-heilbaeder.de
und www.harmony.fm.de
und Gewinnspiel

Im Dezember präsentierte Mario Sattler auf harmony.fm über 14 Tage die besten Tipps und Trends zum Thema „In Balance“. Interviewpartnerin war Geschäftsführerin Almut Boller.

Messen

Auch 2021 musste die ITB Berlin aufgrund der pandemischen Lage abgesagt werden. Ersatzweise wurde ein Online-Format präsentiert, das aber nicht an den Erfolg der Messe anknüpfen konnte.

Verbindende Elemente

Die 30 Heilbäder und Kurorte in Hessen verstehen sich als Teil eines Ganzen. Sie sind in ihrer Tradition miteinander verbunden. Das äußere Zeichen dafür ist das Prädikat, in dem sich die einzigartige Qualität widerspiegelt. Doch es gibt noch mehr Zeichen der Verbundenheit in den Heilbädern und Kurorten in Hessen zu entdecken:

Bella

Die von der Kasseler Künstlerin Eva Maria Frey geschaffene Skulptur Bella begeistert seit Sommer 2020 in allen Heilbädern und Kurorten in Hessen. Mit Hut und in einem farbenfrohen Kleid im Design des Hessi-

schen Heilbäderverbandes strahlt sie vor allem eines aus: Lebensfreude pur! Auch deshalb ist Bella mittlerweile ein gefeiertes Fotomodell.

KURLiege

Bereits seit 2016 ist die KURLiege der Platz für beste Erholung. Für das rückenergonomisch geformte Möbelstück aus heimischen Hölzern standen die Möbel-Schreinerei 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 darüber, dass beide Aktionen durch das Hessische Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen finanziell gefördert wurden.

Foto-Archiv

Das Bildarchiv des Hessischen Heilbäderverbandes umfasst Aufnahmen zu vielfältigen Themen, befindet sich auf einem aktuellen Stand und wird regelmäßig ergänzt. In Szene gesetzt werden die Heilbäder und Kurorte in Hessen durch Profifotograf Heiko Rhode.

„Helden des Alltags“

Die Aktion „Helden des Alltages“ ist all jenen gewidmet, die das Unmögliche möglich machen, sich engagieren und da helfen, wo Hilfe gebraucht wird. Die Postkarten im Design des Hessischen Heilbäderverbandes sind mehr als ein Dankeschön.

Digitale Welt

Mit dem Strategiefeld „Digitale Sichtbarkeit“ haben die Heilbäder und Kurorte in Hessen im Rahmen ihrer Operativen Ziele einen klaren Schwerpunkt gesetzt. Die Umsetzung der Projekte, das im neuen Aufgabenfeld „Datenmanagement“ zusammengefasst ist, übernimmt der Hessische Heilbäderverband.

Datenbank

Die Präsentation und Vermarktung der medizinisch-therapeutischen Kompetenzen einschließlich der touristischen Angebote stellt der Hessische Heilbäderverband mittels einer Datenbank sicher. Der Kategorienbaum – das Herzstück einer jeden Datenbank – wurde in enger Zusammenarbeit mit der Grimmheimat Nordhessen erstellt. Damit können „über Nacht“ alle Heilbäder und Kurorte, die in dieser Destination liegen, an die Datenbank des Heilbäderverbandes angeschlossen werden. Gleichsam profitiert die Grimmheimat Nordhessen von kurspezifischen Daten, die „frei Haus“ geliefert werden.

Im nächsten Schritt werden nun alle weiteren Heilbäder und Kurorte in Hessen an die Datenbank des Hessischen Heilbäderverbandes mit Rücksicht auf bestehende Strukturen angeschlossen.

Danke!

Für die zukunftsweisende Zusammenarbeit geht unser herzlicher Dank an die Grimmheimat Nordhessen mit ihrem großartigen Team.

Internet

Aus der Marke DIE KUR heraus und auf Basis der Datenbank entsteht die ausgefeilte Internetpräsenz der Heilbäder und Kurorte in Hessen. Sie ist aufgeteilt in drei Seiten, die sich an sehr unterschiedliche Zielgruppen wendet.

Basis

www.kurorte-in-hessen.de

Umfassende Präsentation der Heilbäder und Kurorte in Hessen mit ihren medizinisch-therapeutischen Kompetenzen einschließlich der Indikationen, Kliniken, Praxistipps und vielem mehr sowie der touristischen Angebotsstrukturen.

Premium

www.kur-in-hessen.de

Auf dieser Seite werden die Angebote der Heilbäder und Kurorte in Hessen präsentiert, die das neue Markenbild DIE KUR abbilden. Die medizinisch-therapeutische Kompetenz sowie die touristische Angebotsstruktur wird gefühlvoll ergänzt. Die Marke DIE KUR wird sichtbar.

Plus

www.heilbaederverband-in-hessen.de

Für diese Seite wurden die Zielgruppen Journalisten, politische Vertreter, interessierte Öffentlichkeit sowie Mitglieder des Hessischen Heilbäderverbandes definiert. Das Themenspektrum orientiert sich an den Zielgruppen und bietet ein umfassendes Informationsangebot.

Danke!

Für die finanzielle Förderung der neuen Internetpräsenz geht unser Dank an das Hessische Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landesentwicklung und Wohnen.

Soziale Netzwerke

Facebook & Co.

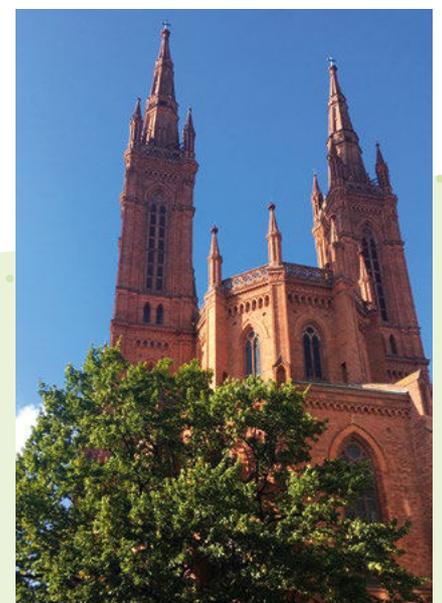
Die Heilbäder und Kurorte in Hessen konzentrieren sich bewusst auf nur ein soziales Netzwerk und bündeln so finanzielle und personelle Ressourcen. Die Informationen, Tipps und Nachrichten werden zielgruppengerecht präsentiert.

- Heilbäder und Kurorte in Hessen
- Hessischer Heilbäderverband

Film

Die Vermarktung der Heilbäder und Kurorte in Hessen wird durch Filme begleitet, die die Agentur Weltberg, Kassel, umgesetzt hat.

- Hauptfilm inklusive 3 Kurzfassungen
- Film Bella



Qualitätssicherung

Mit ihrer hohen medizinisch-therapeutischen Kompetenz und ihrer Erfahrung erfüllen die Heilbäder und Kurorte in Hessen höchste Ansprüche. Das äußere Zeichen für die Qualität ist das Prädikat. Es steht für die qualitätsvolle Vielfalt von Präventions- und Rehabilitationsangeboten sowie die herausragende Infrastruktur der Bäderstandorte.



Ralf Gutheil, Bürgermeister
Bad Wildungen
Expert: Qualität

Die Prädikate

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

Erfolgreich bestanden

Die folgenden Prädikate wurden 2021 verliehen:

Kneipp-Kurort
Neukirchen (Knüll)

Erholungsort
Willigen-Eimelrod
Bad Karlshafen-Helmarshausen
Bad Sooden-Allendorf
Bad Arolsen-Mengershausen

Hessischer Fachausschuss für Kurorte, Erholungsorte und Tourismusorte

Beim Regierungspräsidium Kassel angesiedelt, zeichnet der Hessische Fachausschuss für Kurorte, Erholungsorte und Tourismusorte verantwortlich für die Vergabe der Prädikate „Heilbad“, „Kurort“ und der Auszeichnung „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. Der Hessische Heilbäderverband ist Partner dieses Netzwerkes.

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

Im Wirkungskreis des Hessischen Heilbäderverbandes ist die Interessenvertretung fest verankert. Ziel ist es, mit den Partnern in Bund, Land und Region ein zukunftsfähiges Kur- und Bäderwesen zu gestalten. Der Verband ist bewusst und sehr gerne Partner zahlreicher Verbände, Vereinigungen und Ausschüsse.

Deutscher Heilbäderverband e.V.

Der Deutsche Heilbäderverband ist die Interessensvertretung der Heilbäder und Kurorte in Deutschland. Zu ihm gehören die Heilbäderverbände der Bundesländer sowie zahlreiche Fachverbände des Kur- und Bäderwesens. 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.

Die Heilbäder und Kurorte in Hessen sind im Vorstand des Deutschen Heilbäderverbandes durch ihren Vorsitzenden, Bürgermeister Michael Köhler, vertreten.

Präsidentin

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

Vize-Präsidenten

Matthias Strejc
Bürgermeister, Bad Langensalza

Fritz Link

Bürgermeister, Königsfeld

Die Ausschüsse mit ihren hessischen Vertretern

Begriffsbestimmungen, Standardisierung, Prädikatisierung
Ralf Gutheil, Bürgermeister
Bad Wildungen

Europa-Angelegenheiten

Dr. Dirk Thom, Kurdirektor (bis 31.12.2021)
Bad Orb

Finanzen, Wirtschaft und Strukturen

Almut Boller, Geschäftsführerin
Wiesbaden

PR & 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

Die Themen, die das Hessische Wirtschaftsministerium und den Hessischen Heilbäderverband zusammenführen, sind vielfältig und bedürfen einer intensiven Beratung. Dazu gehören unter anderem der Tourismuspolitische Handlungsrahmen, der Strategische Marketingplan, Fördermöglichkeiten für die Heilbäder und Kurorte und viele weitere Projekte mehr.

Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz

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

Hessisches Ministerium der Finanzen

Die „Zuweisungen zu den Belastungen der Heilkurorte“ sind für die Heilbäder und Kurorte in Hessen von herausragender Bedeutung und Inhalt intensiver Beratungen, die das Hessische Finanzministerium und den Hessischen Heilbäderverband zusammenbringen.

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 Themen der Abteilung Hessen Tourismus der HA HessenAgentur GmbH sind vielfältig. Zu ihnen gehören die Umsetzungen des Strategischen Marketingplans sowie die Strategie für den Tourismus im ländlichen Raum, die im Tourismuspolitischen Handlungsrahmen zusammenfließen.

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

Hessischer Tourismusverband

Um die Bedeutung von Kur & Tourismus in den Bereichen Politik, Wirtschaft und Medien weiter zu erhöhen, arbeiten Hessischer Tourismusverband und Hessischer Heilbäderverband eng miteinander. 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

Der Themenkomplex „Medizintourismus auf ausländischen Märkten“ steht im Fokus des Medical Network FrankfurtRheinMain. 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

Seit 2013 begleitet Geschäftsführerin Almut Boller den Bundesverband der Heilklimatischen Kurorte als stellvertretende Vorsitzende. In der Vereinigung treffen sich rund 50 Heilklimatische 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 2022 an.

IHK Frankfurt am Main

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

Noch so ein Jahr!

Fast zwei Jahre Corona-Pandemie stellen die Hessische Bäderfamilie vor immense Herausforderungen. Der Ausnahmezustand von Gesellschaft und Wirtschaft verlangt Tag für Tag jedem Einzelnen viel ab. Nichts auf der Welt ist selbstverständlich. Zeit, Leben und Freiheit sind Geschenke. Es braucht Verständnis und Rücksicht, um gemeinsam erfolgreich zu sein.

Durch alle Höhen und Tiefen werden wir jedoch 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
Ralf Gutheil, Expert Qualität
Markus Oberndörfer, Ausschuss für
Betriebswirtschaft
Julian Schweitzer, Ausschuss für Marke
& Identität
Dr. Dirk Thom, Sprecher für Europa-
angelegenheiten

Fotos

Alle Fotos Heiko Rhode, fotorhode.de, außer
S. 3 Oliver Rüter / HMWEW
S. 7lu, 12, 13, 16lu, 17lu, 18mo, 18mm,
19lu, 26, 28 Almut Boller
S. 7mo Rainer Kowald
S. 19m, 19r, Esther Gunkel
S. 25 Daniel Böth Fotodesign
S. 29 K. Jäger

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



DIE KUR
Heilbäder und Kurorte in Hessen

**TYPISCH
HESSISCH** 