



Geschäftsbericht

2022

Im Hier und Jetzt





Auf dem Weg

Hessens Heilbäder und Kurorte setzen auf die Kur und damit auf die Zukunft. Qualitätsvolle und ganzheitliche Angebote zur Entspannung und Erholung werden immer benötigt werden. Mit ihren Natürlichen Heilmitteln, ihrer medizinisch-therapeutischen Kompetenz und ihrem Mut, neue Märkte zu entwickeln, bringen sie alle Voraussetzungen mit.

Ihren Beitrag leisten die Heilbäder und Kurorte nicht nur zum Gesundheitssystem. Sie sichern auch ein Stück Wirtschaftskraft. 40.000 Menschen wirken in den 30 hessischen Standorten – allein im Gesundheitsbereich. Hinzu kommen mehrere zehntausend Stellen in all den Branchen, die direkt oder indirekt an Kur und Tourismus partizipieren. Selbst unter den herausfordernden Bedingungen weltweiter Krisen erwirtschaften die Heilbäder und Kurorte Umsätze in Milliardenhöhe. Sie stärken damit besonders die ländlichen Räume, in denen die Heilbäder und Kurorte als regionale und medizinische Versorgungszentren wirken.

Die Hessische Landesregierung weiß um die hohe Bedeutung der Heilbäder und Kurorte für die regionale Wirtschaft, für das Gesundheitssystem und für die Bürgerinnen und Bürger. Deshalb schaffen wir mit der „Zuweisung für Heilkurorte“ in Höhe von 13 Millionen Euro jährlich die finanzielle Basis, damit die prädikatisierten Gesundheitsstandorte den gesetzlichen Qualitätskriterien gerecht werden können. Zudem fördern wir die kurspezifische und touristische Infrastruktur mit durchschnittlich drei Millionen Euro pro Jahr. Seit dem Jahr 2000 haben wir so Investitionen in dreistelliger Millionenhöhe ausgelöst.

Auch in Krisenzeiten steht die Landesregierung an der Seite der Zentren für

Prävention, Kuration und Rehabilitation. In der Corona-Pandemie haben wir sie mit zusätzlich 15 Mio. Euro unterstützt. In diesem Jahr erhalten die Heilbäder und Kurorte drei Millionen Euro aus dem Programm „Hessen steht zusammen“, um den Folgen des Angriffskrieges gegen die Ukraine entgegenzuwirken.

Ich bin überzeugt davon, dass die Heilbäder und Kurorte in Hessen auf dem richtigen Weg sind. Mit der Neubegründung ihrer Tradition und ihrer Marke DIE KUR setzen sie Akzente im Markt und sind Teil der modernen Gesellschaft.

Mein Dank gilt all jenen, die sich für die Heilbäder und Kurorte in Hessen einsetzen und sie so engagiert und 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

Zukunft ist Vision

Die Welt stolpert von einer Krise in die nächste. Vielgestaltige Konflikte brechen auf. Sie greifen ineinander, verstärken sich gegenseitig und verändern „ganz nebenbei“ unsere Gesellschaft. Neue Situationen fordern jeden Einzelnen Tag für Tag heraus. Allein die Folgen der Corona-Pandemie und des brutalen Angriffskrieges Russlands auf die Ukraine bringt die Heilbäder und Kurorte in Hessen in Bedrängnis und ihre wirtschaftlichen Säulen ins Wanken. Kliniken und medizinische Einrichtungen, Hotellerie und Gastronomie, kurspezifische Infrastruktur und Freizeiteinrichtungen ächzen noch immer unter den Auswirkungen der Maßnahmen, die die Seuche bezwingen sollten. Über 1,8 Milliarden Euro Bruttoumsatz gingen in den Jahren 2020 und 2021 verloren. Die Erholung, die sich 2022 andeutete, wurde durch die hohe Inflationsrate aufgeffressen. Wie also werden wir morgen leben?

Die Hoffnungen, Erwartungen, Ideen und Ziele der Heilbäder und Kurorte in Hessen spiegeln sich in unserer KURvision wieder. Sie ist Leitlinie und Orientierung in einer herausfordernden Zeit – die dringender denn je Gesundheitskonzepte für den modernen Menschen braucht. Die prädikatisierten Orte haben sich dafür entschieden, ihre Tradition neu zu begründen und mit der Marke DIE KUR in die Zukunft zu gehen. Engagiert und motiviert setzt sich die Hessische Bäderfamilie für ihre KURvision ein und gestaltet den Wandel selbst. Zielsetzung ist es, sich in den neu entstehenden Märkten des Gesundheitssektors zu positionieren.

Mit ihren Natürlichen Heilmitteln und der medizinisch-therapeutischen Kompetenz sind die Heilbäder und Kurorte in Hessen ein wichtiges Strebewerk im deutschen Gesundheitssystem und im 1. Gesundheits-



markt. 90 Prozent aller stationären Präventions- und Rehabilitationskliniken sind in den Gesundheitsstandorten verortet. Und das aus gutem Grund, denn die überwiegend in den ländlichen Räumen gelegenen Heilbäder und Kurorte sind das ideale Umfeld, um wieder zu Kräften zu kommen.

Wie also werden wir morgen leben, wenn im ersten Gesundheitsmarkt die Margen unzureichend sind und Rehabilitationskliniken vor dem Aus stehen? Wenn Ambulante Vorsorgeleistungen zwar eine Pflichtleistung der Krankenkassen, aber die Rahmenbedingungen 30 Jahre alt sind? Wenn die Auswirkungen der Corona-Pandemie und des Ukraine-Krieges schwer auf die kommunalen Haushalte drücken und mühsam herausgearbeitete Handlungsspielräume zunichtemachen?

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

Kurorte in diesen Zeiten mit zusätzlichen 15 Millionen Euro fördert. Damit hat sich die „Zuweisung zu den Belastungen der Heilkurorte“ in den Jahren 2020, 2021 und 2022 von 13 auf 18 Millionen Euro erhöht. Das ist eine sehr gute Hilfe, die dazu beitragen wird, die am dringendsten benötigten Angebote in den prädikatisierten Orte zu sichern. Eine weitere wichtige Förderung ist die Sonder-Zuweisung „Energie“, die darauf zielt, die kurspezifische Infrastruktur – und hier besonders die Thermen – weiter zu betreiben.

Unser herzlicher Dank für das konstruktive Miteinander gilt der Hessischen Landesregierung mit Ministerpräsident Boris Rhein an der Spitze und den Abgeordneten des Hessischen Landtages sowie den kommunalen Spitzenverbänden.

Herzlichen Dank sagen wir dem für die Heilbäder und Kurorte zuständigen Staatsminister Tarek Al-Wazir und Staatssekretär Dr. Philipp Nimmermann sowie ihrem Team mit Referatsleiterin Ulrike Franz-Stöcker, Ute Hellberg und Edeltraud Schindler. In unseren Dank schließen wir Staatsminister Michael Boddenberg, Referatsleiter Kai Klumpp und das Team des Hessischen Finanzministeriums ein. Kompetent stehen uns auch das Hessische Umweltministerium sowie das Sozialministerium bei den unterschiedlichsten Themenkomplexen zur Seite.

Jetzt gilt es, das Morgen weiter mutig zu gestalten und die Kraft der Veränderung zu nutzen. Es geht darum, die Heilbäder und Kurorte in Hessen nachhaltig zu sichern. Dafür brauchen wir eine deutlich stärkere Förderung und eine Bäderzuweisung jährlich in Höhe von 18 Millionen Euro, die sich dynamisch an die Gegebenheiten anpasst. Die Heilbäder und Kurorte wollen auch weiterhin mit ihrer gesamtgesellschaftlichen Aufgabe Verantwortung übernehmen und Gesundheitsangebote für Gäste, Bürgerinnen und Bürger

entwickeln. Dafür müssen die Gesundheitsstandorte in die kurspezifische Infrastruktur investieren und sie nachhaltig gestalten. Dafür müssen Gesetzeslagen auf ihre Zielsetzungen überprüft und an heutige Maßstäbe angepasst werden. Es ist eine Sache, Ambulante Vorsorgeleistungen als Pflichtaufgabe der Krankenkassen zu etablieren. Es ist eine andere, die Heilbäder und Kurorte erneut in eine Abhängigkeit von unzureichenden Margen, Honoraren und Zuzahlungen zu bringen. Die Thermen und Bäder bedürfen einer Revision und einer zukunftsfähigen, energie- und ressourcensparenden Ausstattung. Vor allen Dingen brauchen die Heilbäder und Kurorte in Hessen eine umfassende digitale Transformation, die dafür sorgt, dass Gäste, Bürgerinnen und Bürger auf individuellste Fragen kompetente Antworten – und Buchungsoptionen erhalten.

Wie also werden wir morgen leben, wenn Kur und Tourismus die sozio-ökonomischen Lebensgrundlagen und das Rückgrat für die kurstädtische Entwicklung sind? Wenn die so hart errungene Stabilität der prädikatisierten Orte durch Krisen außer Kraft gesetzt ist?

Die vergangenen drei Jahre haben gezeigt, dass gemeinsam vieles erreicht werden konnte. Sie haben gezeigt, dass Vernetzung der Schlüssel zum Erfolg ist. Deshalb wünschen sich die Heilbäder und Kurorte in Hessen von der Hessischen Landesregierung ein eigenes Referat, in dem der Blick auf die vielschichtigen Aktivitäten der prädikatisierten Orte geschärft und die Entwicklung weiter vorangetrieben werden kann. Dieser Wunsch ist keine Einbahnstraße. Denn unser Engagement soll dazu beitragen, Hessen als den herausragenden Standort für die neue Kur zu entwickeln. 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.

Dazu gehört auch, dass die Heilbäder und Kurorte mit den Partnern in Hessen und in ganz Deutschland über Landesgrenzen hinweg zusammenwirken. Wir sind sehr froh, dass sich mit der Etablierung der Geschäftsstelle des Deutschen Heilbäderverbandes in Wiesbaden neue Optionen ergeben, die jetzt auch ausgeschöpft werden müssen.

Zukunft ist Kur

Gestatten Sie mir einige persönliche Worte: Ende Juni 2023 endet meine Amtszeit als Bürgermeister in Bad Zwesten. Nach 24 Jahren habe ich mich dafür entschieden, nicht mehr zu kandidieren und mich einer anderen beruflichen Herausforderung zu stellen. Deshalb stehe ich auch als Vorsitzender des Hessischen Heilbäderverbandes nicht mehr zur Verfügung.

Die Heilbäder und Kurorte in Hessen sind mitten in einem Transformationsprozess, den ich sehr gerne angeführt habe und mit dem wir neue Maßstäbe setzen konnten. Ich bin überzeugt davon, dass die Heilbäder und Kurorte in Hessen den Mut haben, das Angefangene weiterzuführen und die KURvision zur Wirklichkeit wird. Ich vertraue auf die Hessische Bäderfamilie, in der ich großartige Partner und Freunde gefunden habe. Ich danke für das Miteinander, das Vertrauen und die Zuversicht, und ich danke für den Mut ungewöhnliche Wege zu gehen. Es war mir eine Ehre diesem agilen Verband als Vorsitzender vorzustehen.

Michael Köhler

Michael Köhler
Vorsitzender des
Hessischen Heilbäderverbandes e.V.

Zukunft in Europa

Die Interessen der Heilbäder und Kurorte in Deutschland müssen auf der europäischen Ebene vertreten werden. Denn hier werden die Vorgaben für die Förderperioden ebenso erarbeitet, wie die Gesetzgebungen, die direkte Auswirkungen auf die prädikatisierten Orte haben. Ziel ist es, die europäische Zusammenarbeit zu festigen und die Wirksamkeit des Europäischen Heilbäderverbandes deutlich zu erhöhen. Damit muss die Fokussierung auf die politische Interessenvertretung einhergehen.

Zukunft in Deutschland

Die vergangenen drei Jahre haben gezeigt, wie wichtig die Heilbäder und Kurorte in Deutschland sind. Sie haben aber auch gezeigt, dass Forderungen nur dann durchgesetzt werden können, wenn sie mit einer Stimme sprechen. Deshalb brauche die Heilbäder und Kurorte eine Vertretung auf der Bundesebene, sie brauchen einen starken Deutschen Heilbäderverband.

Unsere KURvision

Die Kur ist das Herz der Heilbäder und Kurorte in Hessen. Sie ist Tradition, sie ist Zukunft.

Die aus ihrer Geschichte entwickelte Marke DIE KUR ist Grundlage für die strategische Ausrichtung und die Zielsetzung des Hessischen Kur- und Bäderwesens. Sie gibt den Weg vor und sendet die benötigten Impulse für die Vision der Heilbäder und Kurorte in Hessen.



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.

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

Die Kur ist
Tradition und
Zukunft

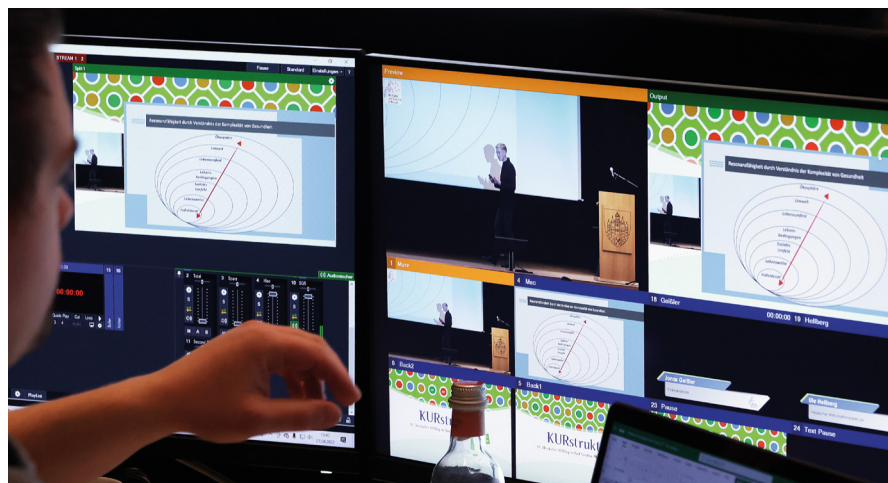
Auf dem Weg

Die Heilbäder und Kurorte in Hessen haben sich mit ihren Leitlinien auf ein gemeinsames Vorgehen verständigt, das sowohl auf der strategischen als auch operativen Ebene stringent umgesetzt wird.



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



Operative Ziele

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 Markt-

bearbeitung 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 -förderungDer 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 Heilbädere-wissens zur natürlichen, ganzheitlichen und erfahrungsbasierten Heilung.

Von der Krise in die Krise

Auf die Pandemie folgte ohne Atempause die Energiekrise und das mit schweren Folgen für die Heilbäder und Kurorte in Hessen. Extreme Preissteigerungen für Gas und Strom ließen die Kosten für den Betrieb der kurspezifischen Einrichtungen und besonders der Thermen und Bäder explodieren. Zudem verteuerten sich die geplanten Investitionen um ein Vielfaches.

An Deck

In Zeiten der Krise gilt es, die Risiken abzuschwächen, die Chancen zu erkennen und vor allem gemeinsam zu handeln. Dafür muss die „Mannschaft an Deck“ sein, um auch kurzfristig reagieren zu können. Mit seinem umfassenden Krisenmanagement setzt der Hessische Heilbäderverband auf das Zusammenwirken aller Partner im System.

Im Fokus

Zuweisungen zu den Belastungen der Heilkurorte
Mit ihrer gesamtgesellschaftlichen Aufgabe, Gesundheitsangebote für Gäste und Bürger zu schaffen, übernehmen die Heilbäder und Kurorte in Hessen Verantwortung. Dazu verbinden sie jahrhundertelange Erfahrung mit neuesten Erkenntnissen und lassen sie in ihre medizinisch-therapeutischen Kompetenzen der Prävention, Linderung und Heilung sowie Nachsorge einfließen. Natürliche Heilmittel, eine umfassende kurörtliche Infrastruktur sowie kurspezifische Angebote sorgen für die Stärkung von Körper und Geist – und das auch in turbulenten Zeiten.

Damit die Heilbäder und Kurorte in Hessen auch weiterhin Verantwortung übernehmen können, hat sich die Hessische Landesregierung mit den kommunalen Spitzenverbänden darauf verständigt, die prädikatisierten Orte in den krisenbeugten Jahren mit 15 Millionen Euro zusätzlich zu fördern. Damit hat sich die Bäderzuweisung in den Jahren 2020 bis 2022 von 13 auf 18 Millionen Euro jährlich erhöht. Weiterhin erhalten die Heilbäder und Kurorte im Jahr 2023 eine zusätzliche Sonderzuweisung von 3 Millionen Euro, um die Auswirkungen der Energiekrise abzufedern.

In den klammen Kassen der Kommunen führen die erhöhten Bäderzuweisungen zweifelsohne zu einer Entlastung. Gleichwohl müssen die Heilbäder und Kurorte in Hessen weiterhin im Fokus bleiben und stärker gefördert werden, damit sie die Qualitätsstandards erfüllen und ihre gewachsene und geschaffene Infrastruktur erhalten oder an die Moderne anpassen können.

Aktionsplan für die Heilbäder & Kurorte in Hessen





Deshalb muss die Bäderzuweisung ab dem Jahr 2023 grundsätzlich auf mindestens 18 Millionen Euro festgelegt und darüber hinaus eine jährliche Anpassung vorgesehen werden.

Es geht darum, den 40.000 Menschen, die in der Gesundheitswirtschaft wirken, und den mehreren 10.000 Menschen, die im Tourismus in Hessen arbeiten, eine Perspektive zu geben. Es geht um die Gesundheit der Bürgerinnen und Bürger. Es geht um jeden Einzelnen.

Thermen & Bäder

Die Thermen und Bäder sind ein wichtiger Bestandteil der Angebotsstruktur und der Wertschöpfungskette in den Heilbädern und Kurorten in Hessen. Gerade die hochmineralisierten Wässer tragen dazu bei, dass Gäste sowie Bürgerinnen und Bürger eine angemessene Gesundheitsvorsorge betreiben können. Die Natürlichen Heilmittel fördern die Bewegungsabläufe und wirken sich in vielfältiger Weise positiv aus. Davon profitieren Patienten in der Rehabilitationsphase oder mit chronischen Krankheitsbildern wie Rheuma. Davon profitieren aber auch Kinder beim Schwimmenlernen oder beim Schulschwimmen.

Mit Beginn der Energiekrise rückten die Thermen und Bäder einmal mehr in den

Fokus des Hessischen Heilbäderverbandes. Denn die deutlich erhöhten Kosten für Strom und Gas wirken sich direkt auf die ohnehin kostenintensiven Gesundheitseinrichtungen aus und bringen die Kommunen noch stärker unter Druck.

Unterstützung erhalten die Heilbäder und Kurorte in Hessen in diesen krisengebeutelten Zeiten erneut vom Land Hessen. Im 200-Millionen-Euro-Programm „Hessen steht zusammen“ sind 3 Millionen Euro für die Gesundheitsstandorte enthalten, um die Auswirkungen der Energiekrise abzufedern.

Herzlicher Dank

Unser Dank gilt den Abgeordneten des Hessischen Landtages, der Hessischen Landesregierung mit ihren Ministerinnen und Ministern und den tatkräftigen Teams und all jenen, die sich intensiv mit uns austauschen, die uns zuhören und die mit uns Lösungswege suchen, um die Heilbäder und Kurorte in die Zukunft zu führen.

*Mitmachen
ist wichtig!*

Vorsorge- und Reha-Kliniken

Abgesagte und ausgesetzte Operationen, erhöhte hygienische Standards und eine deutlich reduzierte Auslastung: Über zwei Jahre Corona-Pandemie und die sich anschließende Energiekrise lassen Vorsorge- und Reha-Kliniken taumeln. Erste Häuser mussten Insolvenz anmelden, weiteren droht der Gang zum Gericht.

Der Wandel, der die Reha-Kliniken umtreibt, ist vielschichtig. Zu den hohen Kosten für den Betrieb der Infrastruktur, verändert sich die Personalstruktur. Es wird immer schwieriger Mitarbeiter zu finden und zu halten. Von dieser Entwicklung sind besonders die Kliniken im ländlichen Raum betroffen, zu denen zwei Drittel der Heilbäder und Kurorte in Hessen zählen. Deutlich spüren die Kliniken zudem die Auswirkungen der Wirtschaftskrise. Bereits heute sind die sogenannten Zweitübernachtungen von Patienten, die ihre Partner mitbringen, rückläufig. Ein Verlust, der die Deckungsbeiträge noch schmaler werden lässt.

Rund 1.850 Euro erhält eine Reha-Klinik in der Regel für die Behandlung eines Patienten. Darin enthalten sind die ärztliche Betreuung, therapeutische Leistungen, Vollpension und 21 Übernachtungen. Ein Betrag, der bei weitem nicht ausreichend ist, um die höheren Kosten abzufedern.

Wichtige Themen
der Heilbäder
und Kurorte



Die Heilbäder und Kurorte in Hessen fordern deshalb von der Bundesregierung, über die Vorsorge- und Reha-Kliniken erneut einen Rettungsschirm aufzuspannen, damit die Gesundheitsangebote für die Bürgerinnen und Bürger aufrecht erhalten werden können und die Heilbäder und Kurorte in Deutschland zukunftsfähig bleiben.

Recht & Gesetz

Die rechtlichen Rahmenbedingungen sowie deren Überarbeitung oder Neufassung haben weitreichende Auswirkungen auf die Heilbäder und Kurorte in Hessen. Deshalb prüft der Hessische Heilbäderverband die Gesetzeslagen, beschreibt mögliche Auswirkungen von Gesetzesänderungen und informiert Mitglieder und politische Partner.

Medical Device Regulation (MDR)
Seit Mai 2021 sind Heilmittel mit rein physikalischer Wirkung und medizinisch-therapeutischen Nutzen zum Baden,

Creemen oder Inhalieren nach der Medical Device Regulation (MDR) auf eine Konformitätsbewertung als Medizinprodukt umzustellen. Dies betrifft Heilmittel, die nach dem Medizin-Produkte-Gesetz (MPG) zugelassen waren, als auch zulassungsfreie Arzneimittel.

Um den Zugang zu den gesetzlichen Vorgaben zu ermöglichen, hat der Deutsche Heilbäderverband die Heilbäder und Kurorte Marketing GmbH Baden-Württemberg (HKM GmbH) beauftragt, ein Verfahren zur Konformitätsbewertung zu erarbeiten.

Auch wenn die Gesetzeslage eindeutig ist, 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 in engem Austausch mit dem Hessischen Sozialministerium, um gemeinsam einen Lösungsweg zu erarbeiten.

Ambulante Vorsorgeleistungen

Seit Herbst 2021 sind ambulante und stationäre Vorsorgeleistungen in anerkannten Kurorten wieder Pflichtleistungen der Krankenkassen. Damit hat sich zwar eine Forderung des Deutschen Heilbäderverbandes, die der Branchenverband gemeinsam mit den Heilbäderverbänden der Bundesländer formuliert hat, erfüllt. Doch am Ende bleibt die Gesetzesänderung eine Farce, wenn nicht die weiteren – 30 Jahre alten – Rahmenbedingungen modernisiert werden.

Deshalb fordert der Hessische Heilbäderverband von der Bundesregierung:

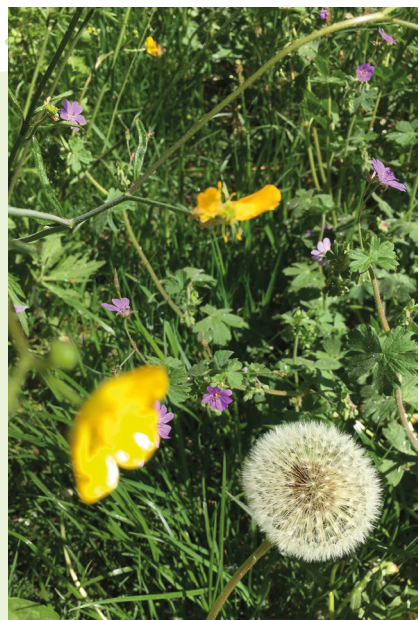
- Ambulante Präventionsleistungen statt Ambulante Vorsorgeleistungen
- Ambulante Präventionsleistungen von der Zuzahlung befreien
- Automatische Bewilligung der Ambulanten Präventionsleistungen ab 50 Jahren, wenn ein Antrag eingereicht wird
- Aufenthaltsdauer auf Bedürfnisse des Patienten ausrichten

Ambulante Vorsorgeleistungen, bis zum Jahr 1996 als Pflichtleistungen der Krankenkassen verankert, sind keine Selbstläufer. Es bedarf hoher organisatorischer, infrastruktureller und werblicher Investitionen, um aus der Gesetzesänderung eine tragende wirtschaftliche Säule für die Heilbäder und Kurorte in Hessen zu gestalten. Gleichsam steigt der Bedarf in der Bevölkerung an Auszeiten zur Stärkung von Körper und Geist.

Kurbeitrag

Mit Urteil vom 17. Mai 2022 hat das Bundesverfassungsgericht die Bettensteuer als verfassungskonform anerkannt. Danach ist es den Städten und Gemeinden möglich, vom Gastgeber eine sogenannte Bettensteuer zu erheben. Was wie eine „gute Einnahmequelle“ für Kommunen klingt, kann sich jedoch negativ auf die Tourismusintensität auswirken. Denn die Bettensteuer belastet die Gastgeber zusätzlich organisatorisch und finanziell erheblich und führt auch zu höheren Zimmerpreisen.

Dagegen ist die Erhebung des Kurbeitrages oder Tourismusbeitrages ein geübtes Verfahren für Gäste und Gastgeber. Die Einnahmen fließen zielgerichtet in den Kurbetrieb und sichern vielerorts die kurspezifische Infrastruktur. Warum also nicht das Finanzierungsinstrument stärken, das eine wichtige Einnahme für die Heilbäder und Kurorte darstellt?



Vor diesem Hintergrund haben sich Hessischer Tourismusverband, Dehoga Hessen und der Hessische Heilbäderverband in einer gemeinsamen Initiative dafür ausgesprochen, dass Kurbeitrag und Tourismusbeitrag zukünftig auch von Geschäftsreisenden erhoben werden können. Das gemeinsame Handeln zeigt Wirkung. Bereits im Sommer 2023 soll § 13 des Gesetzes über kommunale Abgaben (KAG) angepasst und im Hessischen Landtag verabschiedet werden. Damit erfüllt sich eine lang gestellte Forderung der Heilbäder und Kurorte in Hessen.

Im Angebot

Mit Rat und Tat steht der Hessische Heilbäderverband seinen Mitgliedern zu Fragen rund um Gesetze, Verordnungen sowie Auslegungshinweisen zur Verfügung:

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

Die Heilbäder und Kurorte in Zahlen

Wirtschaftsfaktor Kur und Tourismus in den Heilbädern und Kurorten in Hessen

Branchenübergreifend aktivieren Kur und Tourismus ganze Wirtschaftszweige und machen aus einfachen Städten attraktive Lebensräume. Umso schwerer wiegen die Folgen der Corona-Pandemie und der Energiekrise für die Beschäftigten, die Patienten und die Bürgerinnen und Bürger der Heilbäder und Kurorte in Hessen. Allein in den Krisenjahren 2020 und 2021 mussten nach einer Studie des dwif, München, jeweils rund 890 Millionen Euro Bruttoumsatz ausgeglichen werden. Das Jahr 2022 brachte etwas Erholung, aber auch ab Herbst 2022 vorsichtige Kaufentscheidungen, deren Auswirkungen erst im Jahr 2023 zu spüren sein werden.

Vorteilhaft wirkt sich auf die Heilbäder und Kurorte in Hessen aus, dass „Urlaub in Deutschland“ weiterhin im Fokus der Bürgerinnen und Bürger steht. Dieser Trend muss auch von Anbieterseite genutzt und gestaltet werden.

Informationsverhalten

Für die Informationsbeschaffung sind Internet, Smartphone und Co. unverzichtbare Quellen. Aufgrund der Altersstruktur der Gäste sind jedoch auch weiterhin Informationsbroschüren und telefonische Auskünfte gefragt.

Anfragen

Zur Vermarktung ihrer Angebote setzen die Heilbäder und Kurorte in Hessen auf eine Cross-Media-Kampagne, die sowohl Online- und Print-Medien sowie eine Hörfunkkampagne umfasst. Die Anfragen korrespondieren sowohl mit dem Anzeigenvolumen sowie dem Verlauf der Pandemie und der Energiekrise.

Jahr	Info-Pakete
2019	1.197
2020	1.578
2021	1.218
2022	1.021
2023 bis März	1.193

Betriebe & Schlafgelegenheiten

23 der 30 Heilbäder und Kurorte in Hessen liegen im ländlichen Raum. Mit ihrer ausgezeichneten Infrastruktur stellen sie die gesundheitliche Betreuung sicher und agieren als Versorgungszentren für die Region. Die nachfolgende Übersicht zeigt die Übernachtungskapazitäten auf:

Jahr	Betriebe	Schlafgelegenheiten
2018	756	56.069
2019	755	57.354
2020	568	38.666
2021	693	55.047
2022	665	55.681

Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Wiesbaden

Ankünfte und Übernachtungen

Die monatlichen Statistiken zu den Ankünften und Übernachtungen in Hessen liefern kurzfristige Informationen über die konjunkturelle Entwicklung im Beherbergungsgewerbe sowie über die Strukturen des Inlandtourismus. Zudem sind diese Zahlen auch Grundlage für die Ermittlung der Wirtschaftskraft der Heilbäder und Kurorte in Hessen.

Jahr	Übernachtungen	%	Aufenthaltsdauer	%
2019	9.997.664	100	3,9	100
2020	6.273.343	- 37	4,9	26
2021	6.433.123	- 36	4,8	23
2022	8.530.590	- 15	3,7	- 5

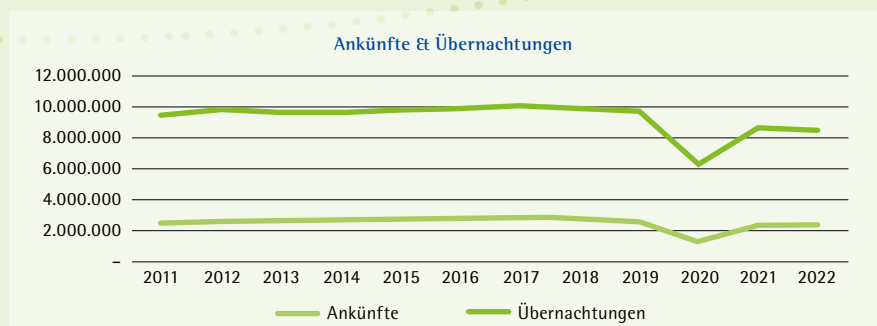
*in % zu 2019

Die Übernachtungen in den Jahren 2020 und 2021 sind hauptsächlich in den Kliniken entstanden, die allerdings nicht die gewohnten Umsätze in den verbundenen Branchen (Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastgewerbe) ausgelöst haben. Die erhöhte Aufenthaltsdauer ist ebenfalls in der Länge der Klinikaufenthalte begründet.

Beitrag der Heilbäder und Kurorte in Hessen an den gesamthessischen Übernachtungen:

Jahr	Hessen	Heilbäder & Kurorte	%
2019	35.613.674	9.997.664	28
2020	18.479.646	6.273.343	34
2021	18.784.321	6.433.123	34
2022	29.767.764	8.530.590	29

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.



	2017		2018		2019		2020		2021		2022	
	Übernachtungen		Übernachtungen		Übernachtungen		Übernachtungen		Übernachtungen		Übernachtungen	
	Ankünfte		Ankünfte		Ankünfte		Ankünfte		Ankünfte		Ankünfte	
Bad Arolsen	60.140	132.581	65.424	140.925	66.783	142.228	44.137	102.324	34.404	86.749	52.924	113.427
Bad Camberg	17.844	189.947	17.036	175.743	15.190	162.363	9.910	160.610	9.210	154.140	12.830	162.795
Bad Emstal	16.868	41.224	16.340	38.139	15.325	39.069	10.055	26.928	9.109	27.228	13.151	34.779
Bad Endbach	12.010	65.320	10.983	60.825	11.230	57.234	7.052	44.814	6.657	43.379	9.523	53.158
Gersfeld (Rhön)	46.105	141.700	43.248	130.669	42.055	133.684	27.637	101.231	28.286	108.046	44.100	143.893
Gladenbach*	7.937	18.884	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Grasellenbach	25.908	61.956	27.508	66.008	26.817	62.765	14.069	37.661	15.250	42.045	23.377	61.555
Herbstein	19.932	56.945	19.224	55.222	20.790	57.148	6.689	18.383	8.643	23.745	15.667	43.690
Bad Hersfeld	101.275	345.812	101.107	345.976	102.073	359.107	49.264	219.340	54.747	230.649	79.892	307.125
Bad Homburg v. d. H.	174.349	596.384	176.762	588.300	174.098	629.825	70.210	371.106	73.944	390.244	133.635	525.170
Bad Karlshafen	36.040	153.053	37.360	152.365	37.843	150.873	25.659	106.715	24.151	105.267	34.450	145.894
Kassel	569.372	1.031.119	533.093	930.854	562.392	1.015.754	185.408	506.159	250.004	496.634	460.541	891.131
Bad König	13.682	38.880	12.927	33.299	10.986	28.124	5.961	16.414	6.692	14.906	10.266	22.148
Königstein im Taunus	48.536	197.996	48.579	196.914	49.844	197.148	19.559	139.450	23.533	147.567	37.312	170.497
Lindenfels	15.174	97.002	16.746	100.147	16.790	97.697	8.114	48.273	9.287	59.033	15.274	77.767
Bad Nauheim	95.180	700.127	98.599	700.680	104.126	719.782	54.725	509.341	56.565	504.790	86.596	576.859
Naumburg	9.128	32.359	9.686	34.240	10.729	38.861	6.376	23.464	5.706	22.516	8.357	30.487
Neukirchen (Knüll)	14.911	40.787	15.284	39.193	15.060	38.855	9.527	21.492	8.889	22.993	11.973	30.846
Bad Orb	68.463	452.054	69.890	456.425	68.030	447.014	28.823	269.161	37.013	323.941	61.904	381.892
Bad Salzhausen	17.575	110.131	18.406	114.288	17.780	112.510	10.202	84.174	9.651	83.381	14.443	91.951
Bad Salzschlirf	45.210	229.577	42.344	218.907	45.115	212.036	22.016	134.661	26.611	147.911	37.361	169.283
Schlangenbad	21.692	106.982	19.836	93.665	20.290	90.922	9.922	65.744	7.974	60.685	10.709	64.382
Bad Schwalbach	14.303	216.528	14.433	216.580	12.544	219.171	6.639	135.580	7.121	158.669	8.588	172.208
Bad Soden am Taunus	78.612	164.573	74.920	171.820	64.785	160.681	24.537	68.945	22.099	76.564	41.418	113.391
Bad Soden-Salmünster	46.182	355.946	47.961	365.982	46.349	361.114	27.827	271.975	26.981	269.914	36.575	301.924
Bad Sooden-Allendorf	49.025	415.079	44.644	410.645	46.168	416.904	25.439	239.499	26.782	284.877	36.935	318.705
Bad Vilbel	30.084	64.810	25.865	58.478	23.957	55.827	13.533	41.685	14.965	43.263	34.566	77.353
Wiesbaden	583.205	1.249.204	580.346	1.251.424	591.775	1.278.891	256.218	654.564	262.767	671.834	495.264	1.110.254
Bad Wildungen	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	120.810	1.241.396
Willingen	388.348	1.048.879	382.318	1.024.382	389.900	1.038.318	200.585	580.889	178.769	535.507	338.509	917.500
Bad Zwesten	19.915	242.019	19.381	231.610	18.830	224.667	12.903	165.153	12.817	176.816	15.122	179.130
Gesamt	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	2.302.072	8.530.590

* 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 2022 im Überblick

Januar

- Deutscher Heilbäderverband
 - Vorstand
 - Info-Gespräch
- Thüringer Heilbäderverband
 - Verabschiedung Dorit Frank
- Hessen Tourismus
 - Markenfamilie Hessen
- Grimmheimat Nordhessen
 - Workshop zur Entschleunigungsregion
 - Pascal Pfarr
- Medical Network FrankfurtRheinMain
 - Vorstand
- IHK Frankfurt am Main
 - Prüfung Kaufleute für Tourismus und Freizeit
- Spaness, Tanja Klindworth



Februar

- Deutscher Heilbäderverband
 - Einzug
 - Geschäftsführerkonferenz
 - Workshop „Die ambulante Vorsorgeleistung als Pflichtleistung und was nun?“
 - Project M, Cornelius Obier
- Hessischer Landtag, Ausschuss für Wirtschaft
 - Zukunft des Tourismus in Hessen
- Hessischer Heilbäderverband
 - Vorstand
 - Ausschuss für Betriebswirtschaft
 - Ausschuss für Marke & Identität
- Hessischer Tourismusverband
 - Markenfamilienstrategie
- Hessen Tourismus
 - Strategische Zielgruppen
 - AG Leisure
- Antenne Frankfurt, Chef on Air
 - Studiogast Almut Boller
- HSGB, Bernd Klotz
- KMT0, Michael Domsalla (2)
- Qualität kompakt, Birgit Becker
- Expertengespräch „Gesundheitstourismus in Bayern unter Berücksichtigung des Klimawandels“
- Stadtmuseum Wiesbaden, Dr. Vera Klewitz
- Neusta, Frederike Bründermann



März

- Deutscher Heilbäderverband
 - Geschäftsführerkonferenz, „Ambulante Vorsorgeleistungen“ (2)
- Hessischer Heilbäderverband
 - Kassenprüfung
- Hessisches Umweltministerium
 - Landtourismusstrategie
- Hessen Tourismus
 - Workshop „Qualität“
 - Tourist-Informationen, Austausch
- Digitalisierung
 - Kategorienbaum, Entwicklung
 - Neusta, Frederike Bründermann
- Bad Orb, Bürgermeister Roland Weiß, Verabschiedung Bürgermeister Tobias Weisbecker, Amtseinführung
- HSGB, Konstituierende Sitzung des Ausschusses für Touristik
- KMT0, Michael Domsalla
- Zukunftsinstitut, Anja Kirig
- FDP Königstein im Taunus



April

- Deutscher Heilbäderverband
 - Geschäftsführerkonferenz, „Ambulante Vorsorgeleistungen“ (2)
- Hessischer Heilbäderverband
 - 18. Hessischer KURtag, Bad Sooden-Allendorf
 - Mitgliederversammlung
 - Vorstand
 - Schulung „Typo 3“
 - Neusta, Frederike Bründermann
- Hessen Tourismus
 - Fachgruppe Data Hub
 - Best-of-Strategie
 - 3. Workshop „Qualität“
- IHK Frankfurt am Main
 - Ausschuss für Tourismus
- Medical Network FrankfurtRheinMain
 - Vorstand
- Workshop „Gehirnsturm“, Kreativitätstechniken



Mai

- Deutscher Heilbäderverband
 - Task Force Forderungen an die Bundesregierung
 - Geschäftsführerkonferenz
 - Ausschuss für Sozialrecht
 - Ausschuss für Finanzen
- Verband der Heilklimatischen Kurorte
 - Info-Gespräch Klimafreundlicher Urlaub
 - Frühjahrstagung
- Baden-Württembergischer Heilbäderverband
 - Harro Böckmann
- Hessischer Heilbäderverband
 - Digitalisierungsstrategie (4)
 - Digitale Transformation
 - Schulung Datenbank
 - Neusta, Frederike Bründermann (2)
 - ThüCat, Detlef Klinge
- Medical Network FrankfurtRheinMain
 - Vorstand
- Lindenfels, Klaus Johe, Sabrina Lütcke
- Bad Nauheim, Kick-off Kur- und Heilwald
- Deutsche Journalisten Dienste, Ina von Ah
- Grimmheimat Nordhessen, Entschleunigungsregion
- Hessischer Städtetag, Dr. Jürgen Diether
- Kurhessen Therme, Marcus Jungermann



Juni

- Deutscher Heilbäderverband
 - Vorstand
 - Geschäftsführerkonferenz
 - Ausschuss für PR & Kommunikation
 - Team Digitales
- Verband der Heilklimatischen Kurorte
 - Vorstand
- Baden-Württembergischer Heilbäderverband
 - Arne Mellert
- Hessischer Heilbäderverband
 - Ausschuss für Betriebswirtschaft
 - Ausschuss für Marke & Identität
 - Erfahrungsaustausch Thermen & Bäder
 - Markenwerkstatt für Bürgermeister
 - Markenfrühstück
 - Digitalisierungsstrategie (2)
 - Digitale Transformation, Werkstatt
 - Neusta, Frederike Bründermann (2)
 - Präsentation des neuen Internetauftrittes (3)
- Hessisches Wirtschaftsministerium
 - Lenkungsgruppe Tourismus
- Hessischer Tourismusverband
 - Bettensteuer
- Hessen Tourismus
 - AG Leisure
 - Zielgruppenwerkstatt (2)
- Bad Salzhausen, Bürgermeister Thorsten Eberhard
- Gersfeld (Rhön), Bürgermeister Dr. Stefan Korell
- Hessen a la Carte, Michel van Goethem
- Regionalmanagement Nordhessen, 20jähriges Jubiläum
- Rhein.Main.Media, Marc Saade
- Genie Inbot, Gabriela Ahrens

*Vielfältig
und spannend*

Das Geschäftsjahr 2022 im Überblick

Juli

- Deutscher Heilbäderverband
 - Geschäftsführerkonferenz
 - Task Force Forderungen an die Bundesregierung
 - Ausschuss PR & Kommunikation
 - Team Digitales
- Thüringer Heilbäderverband
 - Ambulante Vorsorgeleistungen, Vortrag
- Hessischer Heilbäderverband
 - Vorstand
 - Markenwerkstatt für Bürgermeister
 - Online-Workshop „Ambulante Vorsorgeleistungen“
 - Digitalisierungsstrategie
 - Vortrag Bürgermeister Götz Konrad, Nachhaltigkeit und Neugestaltungskraft
 - Neusta, Frederike Bründermann
 - Dr. Lutz Ehnert
 - Schulung „Datenbank destination.one“
 - Entwicklungskonzept
- Hessischer Tourismusverband
 - Mitgliederversammlung
- Hessen Tourismus
 - Datenmanagement
 - Workshop Open Data, Teil 1 & 2
 - Workshop Creative Commons
- IHK-Frankfurt am Main
 - Ausschuss für Tourismus
 - Jahresempfang
- Landesvertretung Hessen in Berlin, Hessenfest
- Walk-Män, Ralf Baumgarten



August

- Deutscher Heilbäderverband
 - Vorstand
 - Vorstellungsgespräche
- Hessischer Heilbäderverband
 - Digitalisierungsstrategie
 - Neusta, Frederike Bründermann
- Hessen Tourismus
 - Datenmanagement
- HSGB, Bernd Klotz
- Bad Nauheim, Richtfest Sprudelhof-Therme
- Bad Sooden-Allendorf, Begehung Prädikatisierung
- Trauerfeier Ute Schulte, Grimmheimat Nordhessen



September

- Deutscher Heilbäderverband
 - Ausschuss für Europaangelegenheiten
 - Ausschuss für PR & Kommunikation
 - Geschäftsführerkonferenz
 - Team Digitales
- Thüringer Bädertag
- Hessischer Heilbäderverband
 - Markenfrühstück (2)
- Hessischer Tourismusverband
 - Info-Gespräch
 - Stefan Füll, Handwerkskammer Wiesbaden
- Lindenfels, Begehung Prädikatisierung
- Bad Wildungen
 - Stadtverordnetenversammlung
 - Informationsgespräch Fraktionen
- Bad Orb, Bürgermeister Tobias Weisbecker
- Bad Vilbel, Bürgermeister Sebastian Wysocki
- GRÜNE Hessen, Jahresempfang „40 Jahre“
- Bad Nauheim, Kneipp-Seminar
- Rhein.Main.Media, Marc Saade
- harmony.fm, Tina Braun
- KMT0, Michael Domsalla



Oktober

- Deutscher Heilbäderverband
 - Geschäftsführerkonferenz
 - Ausschuss für Finanzen
 - Ausschuss für PR & Kommunikation
 - Team Digitales
- Verband der Heilklimatischen Kurorte
 - Vorstand
- Hessischer Heilbäderverband
 - Markenfrühstück (2)
 - Digitalisierungsstrategie
- Hessischer und Rheinland-Pfälzischer Tourismusverband
 - Vorstand
- Hessen Tourismus
 - Data Summit
- Medical Network FrankfurtRheinMain
 - Vorstand
- Bad Sooden-Salmünster, Begehung Prädikatisierung
- KMTO, Michael Domsalla
- HSGB, Harald Semler
- „Zertifizierungswesen“ Arbeitsgemeinschaft
- Hessischer Rundfunk, Jörn Perske
- Spaness, Tanja Klindworth
- Reise Radio Show, Hans-Mario Praetor
 - Studiogast Almut Boller



November

- Deutscher Heilbäderverband
 - Deutscher Bädertag
- Niedersächsischer Bädertag
- Hessischer Heilbäderverband,
 - Vorstand
 - Ausschuss für Marke & Identität
 - Markenfrühstück
 - Workshop Datenflüsse in Hessen
 - Datenbank, Coaching
 - AGOR-Datenschutz, Lea Kaumanns
 - Digitalisierungsstrategie
 - Digitale Kundenkonferenz, Neusta
- Innovationswerkstätten
 - Bad Orb, Bad Soden Salmünster
 - Bad Salzhausen, Bad Nauheim, Bad Vilbel
 - Bad Wildungen, Bad Zwesten, Bad Sooden-Allendorf
 - Kassel-Bad Wilhelmshöhe, Naumburg, Bad Emstal
- Hessen Tourismus
 - Info-Workshop „Gastgeber in fordernden Zeiten“
- IHK Frankfurt am Main
 - Ausschuss für Tourismus
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
 - dpa, Frau Schulz
 - Spaness, Tanja Klindworth, KMTO, Michael Domsalla
- Claudia Ravensburg (CDU), Michael Reul (CDU)
- Strategiegespräche
 - Vorsteuerabzug einer Kurortgemeinde
 - KMTO, Michael Domsalla
- Bad Arolsen, Begehung Prädikatisierung
- Webinare
 - „Aktuelles zur Energiekrise am Mittag“
 - „Tourismus in Krisenzeiten“

Dezember

- Deutscher Heilbäderverband
 - Bundeswaldgesetz
- Hessischer Heilbäderverband
 - Markenfrühstück
 - Entwicklungsperspektiven
- Innovationswerkstätten
 - Bad Schwalbach, Schlangenbad, Wiesbaden
 - Bad Homburg v. d. Höhe
 - Bad König, Lindenfels, Gras-Ellenbach
 - Bad Hersfeld, Herbstein, Königstein im Taunus
- Hessischer Tourismusverband
 - Mitgliederversammlung
- VBK
 - Mitgliederversammlung
- Lindenfels, Klaus Johe, Verabschiedung
- Hessisches Sozialministerium, Oliver Peichel
- HSGB, Harald Semler, Dr. David Rauber
- Peter Heidt (FDP), Natalie Pawlik (SPD)



Interessant
und aufregend



Die nächste Dimension

18. Hessischer KURtag

Mit ihrer Marke DIE KUR begründen die Heilbäder und Kurorte in Hessen ihre Tradition neu. In diesem Prozess setzt der Hessische Kurtag alljährlich Akzente und liefert Impulse aus Sicht der gesellschaftsrelevanten Ebene.

KURstruktur

18. Hessischer KURtag

Donnerstag, 7. April 2022
Werratal Kultur- und Kongress-Zentrum,
37242 Bad Sooden-Allendorf

Begrüßung

Michael Köhler

Vorsitzender, Hessischer Heilbäderverband

Frank Hix

Bürgermeister, Bad Sooden-Allendorf

Struktur · Konzept

Im Wettlauf mit der Zeit

Jonas Geißler

timesandmore, Institut für Zeitberatung,
München

Struktur · Wandel

Wie werden wir morgen leben?

Professorin Dr. Nicole Deitelhoff

Leibniz-Institut

Hessische Stiftung für Friedens- und Konfliktforschung (HSFK), Frankfurt am Main

Struktur · Diskussion

Bleibt alles, wie es ist?

Ute Hellberg

Hessisches Wirtschaftsministerium,
Wiesbaden

Brigitte Goertz-Meissner

Präsidentin, Deutscher Heilbäderverband,
Berlin



Struktur · Aufbau

In Resonanz mit neuen Märkten

Anja Kirig

Zukunftsinstitut, Frankfurt am Main

Struktur · Qualität

Neue Ideen für neue Märkte
(Workshops)

Struktur · Vision

Vom Heute zum Morgen

Michael Domsalla

KMTO, Bad Zwischenahn

Struktur · Plan

Wir fassen zusammen

Danke!

Unser herzlicher Dank für die Ausrichtung des 18. Hessischen Kurtages in Bad Sooden-Allendorf gilt Bürgermeister Frank Hix sowie Kurdirektor Jens Lüdecke und Astrid Gloebel. Es war uns eine Ehre.





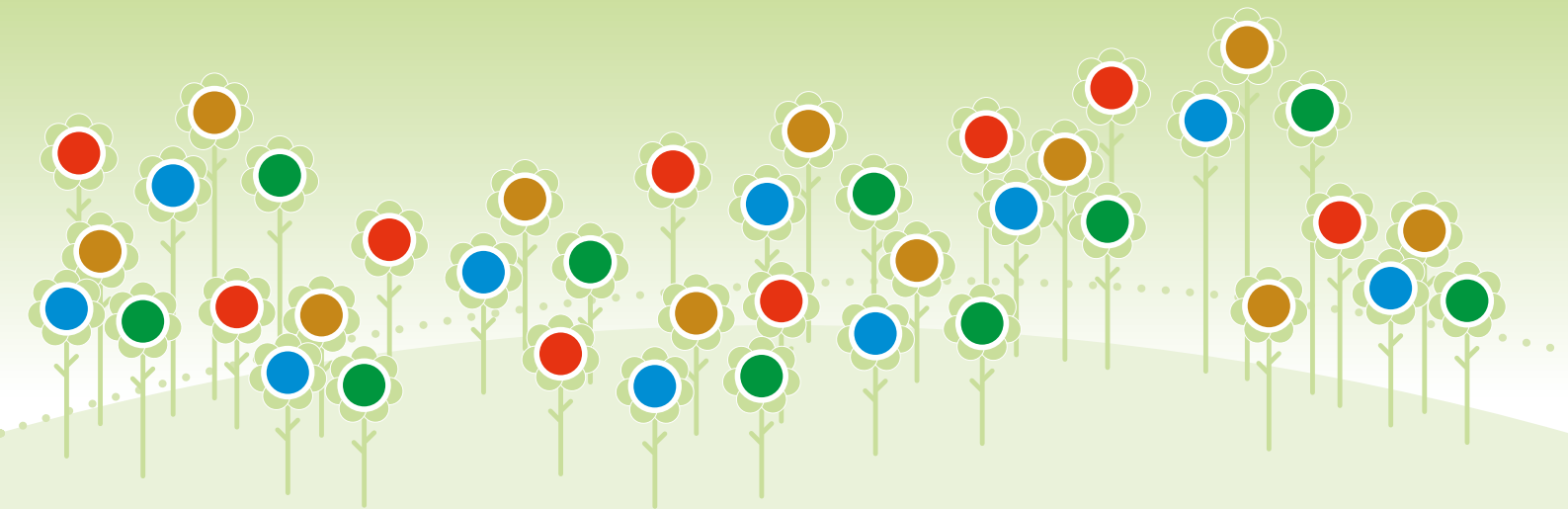
Blumen & Widers

... zart und doch robust, bescheiden und doch fordernd, biegsam und doch unbeugsam. Sie sind kleine W
... und wachsen, wo sie wollen. In jeder Veränderung entfachen sie einen Z



sind voller prücker*

Wunder, die seit Jahrtausenden das Leben im Gleichgewicht halten.
Maßlos und gestalten den Neubeginn von sanft schimmernd bis kräftig schillernd.
So zart Ihre Blätter auch sind, in ihnen liegt die Kraft, die Welt zu verändern.



**Antoine de Saint-Exupéry*
(1900 – 1941)

In der Mitte von Europa

In der Antike begründet, ist die KURtradition bis heute ein urbanes, soziales und kulturelles Phänomen. Es zeigt sich in vielfarbigen Facetten und in nahezu allen europäischen Ländern. Auf dieser Basis und im Wissen der Unterschiede in den Qualitätsversprechen, Inhalten, Organisationsstrukturen und Finanzierungsmodellen treffen sich die Heilbäder und Kurorte im Europäischen Heilbäderverband.

Der Aktionsradius des Verbandes, der in Wiesbaden gegründet wurde, liegt in der Interessenvertretung mit Fokus auf die Gesetzgebung im Europäischen Parlament. Denn gerade hier entstehen oftmals Gesetze und Themen, die die Heilbäder und Kurorte besonders in Deutschland vor immense Herausforderungen stellen. Dazu zählen unter anderem die Medical Device Regulation oder der Vorsteuerabzug für die Errichtung und Unterhaltung von öffentlichen Kureinrichtungen. Auch deshalb hat sich der Deutsche Heilbäderverband 2022 dafür eingesetzt, dass der Europäische Heilbäderverband hier seine Bemühungen intensiviert und keine Aufgaben im Marketing übernimmt.

Der Europäische Heilbäderverband muss 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.



Tobias Weisbecker
Bürgermeister, Bad Orb

Daten & Fakten von heute für morgen

Die Heilbäder und Kurorte in Hessen sind dynamische Wirtschaftszentren. Rund 40.000 Menschen arbeiten hier – allein im Gesundheitswesen. Hinzu kommen mehrere 10.000 Beschäftigte in den Branchen, die von Kur & Tourismus partizipieren. Das ist eine hohe Verantwortung, die sich auch in kommunal gesteuerten Kurbetrieben widerspiegeln muss.

Mit sorgsam zusammengestellten und erarbeiteten Daten und Fakten legt der Hessische Heilbäderverband und sein Ausschuss für Betriebswirtschaft wichtige Arbeitsgrundlagen vor, die die Heilbäder und Kurorte in ihren wirtschaftlichen Bestrebungen unterstützen. Dabei setzen sie auf die Zusammenarbeit mit renommierten Unternehmen und auf Eigenrecherche.

Einen Schwerpunkt setzt der Ausschuss für Betriebswirtschaft alljährlich mit dem Betriebsvergleich, der einen Überblick über die Situation der Heilbäder und Kurorte sowie deren Betriebe gibt. Im Berichtsjahr wurde das Zahlenwerk evaluiert, überarbeitet und ergänzt. Von diesem Zahlenwerk ausgehend wurden weitere Kennzahlen in Betracht gezogen, die für die Bedeutung der Kur Aussagekraft besitzen. Zielsetzung ist es, den Betriebsvergleich und weitere statistische Daten zu digitalisieren, so dass die teilnehmenden Orte die Zahlen direkt verarbeiten können.

Mit und für
die KUR

Darüber hinaus fächert der Ausschuss für Betriebswirtschaft eine Vielzahl von Themen auf, zu denen unter anderem die Europäische Datenschutzgrundverordnung zählt, ebenso wie die Unternehmereigenschaft eines Kurbetriebes oder der Fachkräftebedarf.



Markus Oberndörfer
Bürgermeister, Bad Schwalbach

Ein entscheidender Schritt

Die Heilbäder und Kurorte in Hessen sind fest entschlossen, die Marke DIE KUR neu zu definieren. Dazu fanden bereits Marken-Werkstätten in allen 30 Mitgliedsorten des Hessischen Heilbäderverbandes statt. Das so vermittelte theoretische Wissen stellt die Basis für das gemeinsame strategische Vorgehen, das in einer Gesamtkonzeption zusammengefasst ist. Ein wichtiger Baustein sind dabei markengerechte, qualitativ hochwertige und zielgruppengerechte Produkte und Angebote.



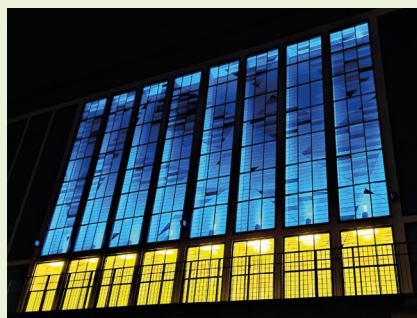
EUROPÄISCHE UNION:
Investition in Ihre Zukunft
– Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung.

Mit der Unterstützung des Hessischen Wirtschaftsministeriums und Fördermitteln des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) ging die Hessische Bäderfamilie 2022 weitere, wichtige Meter auf dem Weg zur KURvision. In Innovationswerkstätten konnten die Grundlagen für zeitgemäße Programme gelegt und für die Aspekte Angebotsentwicklung, Vertrieb und Kommunikation marken- und zielgruppengerechte Vorgaben entwickelt

werden. Dazu wurden die Partner befähigt, leichtgängige Strukturen aufzubauen, damit sie ihre Ziele erreichen.

Das Projekt umfasste

1. Kurzleitfaden für jeden Ort, zum Angebot, Analysen zum Vertriebskonzept
2. 10 Werkstätten mit 2 Werkstattleitern
Inhalt:
 - Impuls zur Marke DIE KUR
 - Besprechung der einzelnen Leitfäden mit Anleitung zur weiteren Umsetzung
 - Etablierung von Innovationsnetzwerken mithilfe des Promotorenmodells
3. Kommunikations- & Vertriebskonzept, Kommunikationsleitfaden für jeden Ort



Farben, Formen, Fakten

Farben, Formen, Fakten

Die Heilbäder und Kurorte in Hessen begründen ihre Tradition neu und setzen dafür auf die Marke DIE KUR. Aus dem umfassenden Markenprozess haben sie ihre KURvision beschrieben, die Wirklichkeit werden soll. Die Marketing-Aktivitäten stärken die Marke und lassen die Alleinstellungsmerkmale der Heilbäder und Kurorte in Hessen strahlen.



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

Ausschuss für Marke & Identität

Die Markensteuerung für die Marke DIE KUR ist im Ausschuss für Marke & Identität verankert. Marke steht dabei für die aktive Gestaltung des Steuerungsprozesses, die Identität für die Umsetzung der Marke in die Marketing-Maßnahmen.

Der Ausschuss traf sich 2022 zu

- 3 Sitzungen

Marketing-Mix und Budget

Die durch den Ausschuss für Marke & Marketing ausgewählten Maßnahmen zahlen auf die Marke ein, stärken sie 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

Für den Incoming-Tourismus und die Beschreibung der Zielgruppe orientieren sich die Heilbäder und Kurorte in Hessen an den Milieus, die das Sinus-Institut entwickelt. Dieses Verfahren konzentriert sich auf die Lebenswelten und Lebensstile der Menschen. Grundlegende Werteorientierungen finden sich hier ebenso wie Alltagseinstellungen (zu Arbeit, Familie, Freizeit oder Konsum). Daraus entstehen Gesellschaftsgruppen, die sich in der Lebensauffassung und Lebensweise ähneln.

Zielgruppe der Heilbäder und Kurorte in Hessen

Adaptiv-Pragmatisch

Leitmotiv: Gut geplante Schritte statt große Sprünge

Kommunikation

Die Corporate Identity der Heilbäder und Kurorte in Hessen entwickelt sich mit der Marke DIE KUR weiter. Sie konzentriert sich auf drei Bereiche:



Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit orientiert sich am Kommunikationskonzept, das darauf zielt, DIE KUR mit ihren Vorzügen darzustellen und das Image der Heilbäder und Kurorte in Hessen positiv aufzuladen. Es führt auch durch die Zeiten, in denen die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im „Krisen-Modus“ läuft. Zwar stehen dann die existenzbedrohenden Auswirkungen für die Heilbäder und Kurorte im Mittelpunkt, aber auch Lösungsmöglichkeiten und natürlich die gesamtgesellschaftliche Aufgabe der prädikatisierten Orte.

Zur Veröffentlichungsquote und zur Reichweite der einzelnen Presseaus-sendungen trägt auch dazu bei, dass Mitteilungen durch die Mitglieder des Hessischen Heilbäderverbandes an die regionalen Medien versandt werden.

- **Pressekonferenzen**
18. Hessischer Kurtag in Bad Sooden-Allendorf

■ Pressemitteilungen zu aktuellen Themen (Auswahl)

- Appell für eine wirkungsvollere Unterstützung (18.01.2021)
- Ankünfte und Übernachtungen (15.02.)
- Thermen als Wärmezentren einrichten (05.07.)
- Thermen droht das aus (18.09.)
- Angst um Reha-Kliniken (23.09.)
- KURvision (23.09.)
- Reha-Zuschlag entfällt (23.09.)

■ Presseservice für Journalisten

■ Presseservice für Mitglieder zu 11 Pressemitteilungen

Dialog mit den Mitgliedern

Eine der zentralen Aufgaben des Hessischen Heilbäderverbandes ist der Dialog mit seinen Mitgliedern. Dafür werden Kommunikationsströme sorgsam angelegt, genutzt und ausgebaut. Zu den vielschichteten Themen zählen die Veränderungen der Gesetzeslage, Marketing-Aktivitäten und auch Tipps, Trends und Termine.

Für die Entwicklung gemeinsamer Themen oder Projekte setzt die Geschäftsstelle das Kommunikationssystem Slack ein. Dieses Arbeitsmodul wird zukünftig durch den internen Bereich der Website heilbaederverband-in-hessen.de ersetzt.

Dialog mit den Partnern

Der Hessische Heilbäderverband agiert in einem vielschichtigen Netzwerk für die Heilbäder und Kurorte in Hessen, das unter anderem die Bereiche Tourismus, Wirtschaft und Politik umfasst.

Dialog mit der Politik

Der Hessische Heilbäderverband setzt über alle Ebenen auf eine intensive politische Kommunikation und das „gesprochene Wort“. Info-Briefe erläutern darüber

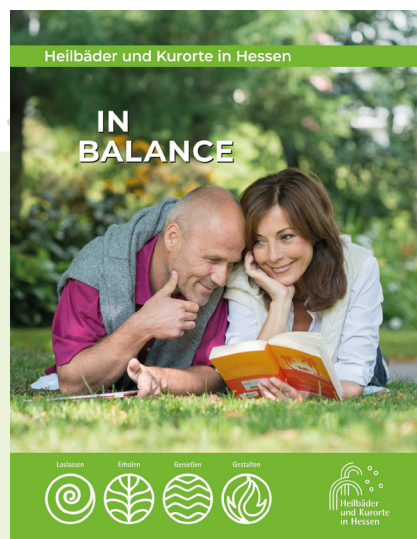
hinaus Zusammenhänge, stellen neue Projekte vor und zeigen Herausforderungen und Lösungsmöglichkeiten auf.

Kommunikationsmedien

In Balance

O-Töne von Experten, Gymnastikübungen und Rezepte: Die siebte Ausgabe des Magazins „In Balance“ liegt voll im Trend und begeistert die Zielgruppe. Das zeigt sich an den über 2.000 Einsendungen zum Gewinnspiel, die die Geschäftsstelle in den ersten drei Monaten nach Erscheinen des Magazins erreichten.

- In Balance - Magazin
Beilage in den Gesamtausgaben der Frankfurter Neuen Presse sowie der Hessisch-Niedersächsischen Allgemeinen Gesamtauflage: 267.510 Expl.



Broschürenwelt

Die Broschürenwelt der Heilbäder und Kurorte in Hessen wurde evaluiert, neu sortiert und wird nun Zug um Zug erweitert:

Basis-Broschüre Heilbäder und Kurorte in Hessen

Schwerpunkt:
Ambulante Vorsorgeleistungen
Natürliche Heilmittel
Kurzdarstellung der Heilbäder & Kurorte in Hessen

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.

Kommunikationspolitik

Der Ausschuss für Marke & Identität hat sich bewusst dafür entschieden, auch in krisenbeugten Zeiten Werbe-Maßnahmen durchzuführen, um so nachhaltig Begehrlichkeiten zu wecken. Dabei wurde im Jahr 2022 mit dem Thema „Kleine Fluchten aus dem Alltag“ ein Schwerpunkt gesetzt.

Insertionskampagne

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

Farben, Formen, Fakten

Internetkampagne

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

Rundfunk

- Radio „harmony.fm“
mit dem Themenschwerpunkt
„In Balance“
und Verlinkung der Internetseiten
www.kurorte-in-hessen.de und
www.harmony.fm.de
und Gewinnspiel



Zeichen der Verbundenheit

Die 30 Heilbäder und Kurorte in Hessen sind in ihrer Tradition miteinander verwurzelt. Im äußeren Zeichen, dem Prädikat, spiegelt sich die Qualität, in der KURLiege und einer Skulptur ihre Verbundenheit.

Bella

Das ist Lebensfreude pur! Bella, die von der Kasseler Künstlerin Eva Maria Frey geschaffene Skulptur, begeistert seit Sommer 2020 in allen Heilbädern und Kurorten in Hessen Gäste, Bürgerinnen und Bürger. Mit Hut und in einem farbenfrohen Kleid im Design des Hessischen Heilbäderverbandes ist sie mittlerweile ein gefeiertes Fotomodell.

Die KURLiege

Einen besonderen Platz zum Erholen bieten die Heilbäder und Kurorte in Hessen mit der KURLiege. Das rückenergonomisch geformte Möbelstück aus heimischen Hölzern entstand in Zusammenarbeit mit der Möbel-Schreinerei Kunz und dem Entwickler Team Dr. Maria Banzer und Professor Dr. Winfried Banzer, Königstein im Taunus. Ein Projekt, das im Übrigen mittlerweile sehr viele Nachahmer gefunden hat.

Danke!

Beide Aktionen wurden durch das Hessische Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen finanziell gefördert.

Foto-Archiv

Das Bildarchiv des Hessischen Heilbäderverbandes zeigt die vielfarbigen Facetten der Heilbäder und Kurorte. Es wird regelmäßig ergänzt und auf Basis des Markenkonzepthes erweitert. In Szene gesetzt werden die Heilbäder und Kurorte in Hessen durch Profi-Fotograf Heiko Rhode.

Digitale Transformation

Um sich zukunftsgerecht aufzustellen, bedarf es der Digitalen Transformation der Heilbäder und Kurorte in Hessen. Dieser Zielsetzung trägt der Hessische Heilbäderverband mit dem Strategiefeld „Digitale Sichtbarkeit“ und der konsequenten Umsetzung des Entwicklungsprozesses Rechnung. In einem Zukunftspapier hat der Hessische Heilbäderverband eine „Digitale Vision“ erstellt.

Datenbank

Grundlage für die Präsentation und Vermarktung der medizinisch-therapeutischen Kompetenzen einschließlich der touristischen Angebote bildet die Datenbank des Hessischen Heilbäderverbandes. Der dazu passende Kategorienbaum – das Herzstück einer jeden Datenbank – wurde in enger Zusammenarbeit mit der Grimmheimat Nordhessen erstellt. In diesem Zusammenspiel ist ein Konzept entstanden, das das Interesse zahlreicher Partner auf sich gezogen hat.

Zielsetzung ist es, im Einklang mit den touristischen Partnern, die Daten der Heilbäder und Kurorte in Hessen in der Datenbank des Hessischen Heilbäderverbandes zu erfassen.

Internet

Die Datenbank des Hessischen Heilbäderverbandes bildet die Grundlage für die markengerechten Internetpräsenzen, die durch das Hessische Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landesentwicklung und Wohnen gefördert wurden:

Basis

www.kurorte-in-hessen.de
Umfassende Präsentation der Heilbäder und Kurorte in Hessen mit ihren medizinisch-therapeutischen Kompetenzen



einschließlich 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 vorgestellt, die das neue Markenbild DIE KUR repräsentieren. 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 definiert. Das Themenspektrum orientiert sich an den Zielgruppen und bietet ein umfassendes Informationsangebot.

Soziale Netzwerke

Facebook & Co.

Markenkonform und zielgruppengerecht präsentieren sich die Heilbäder und Kurorte in Hessen auf Facebook mit zwei Accounts:

- Heilbäder und Kurorte in Hessen
- Hessischer Heilbäderverband

Film

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

- Hauptfilm inklusive 3 Kurzfassungen
- Film Bella

Qualitätssicherung

Die Heilbäder und Kurorte in Hessen sind Zentren für Prävention, Kuration und Rehabilitation. Mit ihrer hohen medizinisch-therapeutischen Kompetenz und ihrer Erfahrung bieten sie den Menschen eine qualitätsvolle Vielfalt zur Stärkung und zum Wiederaufbau der Gesundheit. Die Grundlage dafür legen die Heilbäder und Kurorte mit der konsequenten Umsetzung der Begriffsbestimmungen, die die Qualitätsstandards für das Kur- und Bäderwesen definieren.



Ralf Gutheil, Bürgermeister
Bad Wildungen
Expert Qualität

Die Prädikate

Die Vergabe der Prädikate beruht auf den „Begriffsbestimmungen / Qualitätsstandards des Deutschen Heilbäderverbandes für Heilbäder und Kurorte, Luftkurorte, Erholungsorte sowie für Heilbrunnen und Heilquellen“. Sie sind das international anerkannte Zeichen für die nachgewiesene Qualität der Heilbäder und Kurorte in Deutschland.

Erfolgreich bestanden

Die folgenden Prädikate wurden 2022 verliehen:

Heilbad
Bad Soden-Salmünster
Bad Sooden-Allendorf

Heilklimatischer Kurort Lindenfels

Erholungsort

Grasellenbach - Scharbach
Grasellenbach - Wahlen

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“ bietet mit der Bündelung der Zertifizierungssysteme passgenaue Beratung aus einer Hand:

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

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 „Kauffrau/-mann für Tourismus und Freizeit“

Trotz intensiver Bemühungen konnte der Ausbildungsberuf „Kauffrau/-mann für Tourismus und Freizeit“ nicht etabliert werden. Ende 2022 wurde der Prüfungsausschuss aufgelöst, bis dahin engagierte sich Geschäftsführerin Almut Boller im Ausschuss.

Unsere Partner

Gemeinsam einfach besser

In der Gemeinschaft liegen ungeahnte Kräfte: Der Verband ist bewusst und gerne Partner zahlreicher Verbände, Vereinigungen und Ausschüsse. Der intensive Austausch gibt Impulse und trägt zur nachhaltigen Sicherung von Kur & Tourismus bei.

Deutscher Heilbäderverband e.V.

Der Deutsche Heilbäderverband bündelt die Interessen der Heilbäder und Kurorte in Deutschland. Zu ihm gehören die Heilbäderverbände der Bundesländer sowie zahlreiche Fachverbände des Kur- und Bäderwesens. Um die Positionen der Heilbäder und Kurorte darzustellen und zu sichern, initiiert der Bundesverband Gespräche mit den Vertretern aus Politik und Wirtschaft und wirkt darüber hinaus in verschiedenen Gremien mit. Dazu gehören unter anderem die Deutsche Zentrale für Tourismus oder das Kompetenz-Zentrum für Tourismus.

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
Tobias Weisbecker, Bürgermeister
Bad Orb

Finanzen, Wirtschaft und Strukturen
Günter Göpfert, Stellvertretender Betriebsleiter Triwicon, Wiesbaden
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 oder auch Förderprogramme für Heilbäder und Kurorte: Die Themen, die das Hessische Wirtschaftsministerium und den Hessischen Heilbäderverband zusammenführen, sind vielfältig.

Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz

Die Strategie für den Tourismus im Ländlichen Raum ist der zentrale Baustein für die Zusammenarbeit des Hessischen Umweltministeriums und des Hessischen Heilbäderverbandes.

Hessisches Ministerium der Finanzen

Für die Heilbäder und Kurorte in Hessen sind die „Zuweisungen zu den Belastungen der Heilkurorte“ von herausragender Bedeutung. Sie stehen im Mittelpunkt der Beratungen mit dem Hessischen Finanzministerium.

Hessisches Ministerium für Gesundheit und Soziales

Das Schwerpunktthema „Medical Device Regulation“ verbindet das Hessische Gesundheitsministerium mit den Heilbädern und Kurorten in Hessen.

Hessischer Städte- und Gemeindebund

Die wirtschaftliche und touristische Infrastruktur der Heilbäder und Kurorte und die Auswirkung auf den gesamten kommunalen Raum ist der Anknüpfungspunkt für die Zusammenarbeit mit dem Hessischen Städte- und Gemeindebund.

Hessischer Städtetag

Hessischer Städtetag und Hessischer Heilbäderverband sind mit ersten Informationsgesprächen in die Zusammenarbeit gestartet.

Hessen Tourismus

Die Abteilung Hessen Tourismus der HA HessenAgentur GmbH steht für die Weiterentwicklung des Tourismus in Hessen und seiner Profilierung nach innen und außen. Sie soll als Steuerungs- und Kommunikationsinstitution für das Tourismusmarketing und -management im Land sowie als digitales Kompetenzzentrum wirken.

Hessischer Tourismusverband

Die Bedeutung von Kur & Tourismus in den Bereichen Politik, Wirtschaft und Medien weiter zu erhöhen, ist das gemeinsame Ziel des Hessischen Tourismusverbandes und des Hessischen Heilbäderverbandes. Dafür vertrauen die beiden Verbände aufeinander und ergänzen sich in den Themenbereichen.

Hessen Tourismus Management

Die 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 von Medical Network Frankfurt-RheinMain, zu dessen Gründungsmitgliedern der Hessische Heilbäderverband zählt, steht der Themenkomplex „Medizintourismus auf ausländischen Märkten“.

Vereinigung für Bäder- und Klimakunde

Die Vereinigung für Bäder- und Klimakunde sammelt, wertet aus, präsentiert und entwickelt die Erkenntnisse der Kurortwissenschaft weiter. Dazu besteht ein regelmäßiger Austausch mit der experimentellen und klinischen Forschung sowie der ärztlichen und therapeutischen Anwendung.

Verband der Heilklimatischen Kurorte Deutschlands

Rund 50 Heilklimatische Kurorte kommen in diesem Verband zusammen, dessen Kurskonzept „KlimaWandern“ von der Zentralen Prüfstelle Prävention (ZPP) anerkannt ist.

Verband der Ersatzkassen

Der Hessische Heilbäderverband verhandelt für seine Mitglieder in regelmäßigen Abständen die Preise zur Erbringung von Leistungen im Rahmen Ambulanter Vorsorgeleistungen gem. § 23 Abs. 2 SGB V.

IHK Frankfurt am Main und Kassel-Marburg

Gemeinsam mit ihren Mitgliedsunternehmen setzen sich die IHKn für die Wirtschaft in ihren Regionen ein.

Balneologische Bibliothek

Über 6.000 Publikationen machen das nordhessische Bad Wildungen zum Zentrum der Bäderwissenschaft. Zum Bestand der Balneologischen Bibliothek des Hessischen Heilbäderverbandes zählen Fachbücher und -publikationen, Zeitungen und Zeitschriften, aber auch Plakate und Broschüren.

Den Grundstein für die Bibliothek legte Dr. Klaus-Ludwig Schmidt, Justus-Liebig-Universität Gießen. Wissenschaftliche Materialien 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 die Stiftung.

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:

Lisa Beutler
Leiterin der Städtischen Museen



Unsere Partner

Leicht und loftig

Ein Loft in der hessischen Landeshauptstadt Wiesbaden ist das Kreativzentrum des deutschen Kur- und Bäderwesens. Hier bilden der Deutsche und der Hessische Heilbäderverband seit Oktober 2021 eine Bürogemeinschaft. Ziel der Kooperation ist es, die Informationsströme besser zu vernetzen, Kontakte zu den Heilbädern und Kurorten zu intensivieren und gleichsam die zentrale Aufgabe, die Interessensvertretung, auszubauen.

Der Verband

Gründung:
1947

Mitglieder:
30 Heilbäder und Kurorte in Hessen

Neuwahlen zum Vorstand:
Frühjahr 2023

Der Vorstand im Geschäftsjahr 2022

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

Tobias Weisbecker
Bürgermeister, 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
Harald Hock, Bad Nauheim
Jörg Hormann, Königstein im Taunus
Ute Kühlewind, Bad Wildungen
und Reinhardshausen
Jens Lüdecke, Bad Sooden-Allendorf
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
Tobias Weisbecker, Bad Orb

Geschäftsführung



Geschäftsführerin
Almut Boller



Geschäftsstelle
Birte Wershoven, Kerstin Westerburg,
Laura Blechschmidt

*Viele Menschen
- ein Verband*

Ehrenvorsitzender

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

Ohne Atempause

Eigentlich sollte alles wieder besser werden. 2022. Doch die Welt stolperte von der Pandemie direkt in die nächste Krise. Es bleibt die Gewissheit, dass nichts auf der Welt selbstverständlich ist. Freiheit, Zeit, Leben in friedlicher Gemeinschaft sind einzigartige Geschenke.

Durch alle Höhen und Tiefen begleiten uns großartige Menschen, 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 sagen wir ein einziges, einfaches und ehrliches

DANKE.

Wir trauern

Die Hessische Bäderfamilie verneigt sich voll Respekt und Dankbarkeit vor den Menschen, die sie treu und verlässlich begleitet haben.

Ehrenvorsitzender
Antonius Weber
1930 - 2022

Bernd Witzel
1946 - 2022

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
Julian Schweitzer, Ausschuss für Marke
und Identität
Markus Oberndörfer, Ausschuss für Betriebswirtschaft
Tobias Weisbecker, Sprecher für Europa-Angelegenheiten

Fotos

Alle Fotos Heiko Rhode, fotorhode.de, außer
S3 HMWEVW
S9, S28 Laura Blechschmidt
S2lu/m/ro, S10, S11, S14l/r, S15m, S16l,
S17l, S26l, S29, S30ru Almut Boller
S16m Kerstin Westenburg
S25r Birte Wershoven
S16r, S17 Hessischer Heilbäderverband
S24 Daniel Böth Fotodesign
S27 K. Jäger

P.S. Das Jahr 2022 war angefüllt mit Terminen, Gesprächen und Impulsen. Kaum zu glauben, was wir gemeinsam alles erreichen konnten und nahezu unmöglich, alles aufzunehmen, was passiert ist. Deshalb gibt dieser Geschäftsbericht eine umfangreiche Übersicht über die vielfältigen Themen, würde aber niemals wagen, einen Anspruch auf Vollständigkeit zu erheben.

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



DIE KUR
Heilbäder und Kurorte in Hessen

**TYPISCH
HESSISCH** 