



Geschäftsbericht

2025



Ein starkes Stück Wirtschaft

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Mitglieder des Hessischen
Heilbäderverbandes,

die hessischen Heilbäder und Kurorte sind zentrale Bestandteile der Gesundheits- und Tourismuswirtschaft unseres Landes. Ihre Bedeutung geht weit über den reinen Erholungswert hinaus: Sie stärken die regionale Wirtschaft, schaffen Arbeitsplätze im Gesundheitswesen, im Gastgewerbe und im Dienstleistungssektor und leisten einen wichtigen Beitrag zur nachhaltigen Tourismusentwicklung.

Durch Übernachtungen, Gastronomie, Therapieleistungen und vielfältige Freizeitangebote generieren sie Wertschöpfung und Steuereinnahmen vor Ort. Gleichzeitig gewinnen sie zunehmend an Bedeutung als Gesundheitsdestinationen für Menschen, die auf ganzheitliche Wellness- und Präventionsangebote setzen.

Gerade in einer Zeit, die von Tempo und Unsicherheit geprägt ist, wächst das Bedürfnis nach Entschleunigung und Gesundheit. Die Kur hat sich dabei weiterentwickelt. Sie ist moderner, individueller und näher an den Bedürfnissen der Menschen.

Mit der KURvision haben Sie diesen Wandel aktiv gestaltet. Sie zeigen, wie Tradition und Innovation zusammengehen können. Digitalisierung eröffnet neue Möglichkeiten für bessere Angebote,

für effizientere Abläufe und für ein zeitgemäßes Gästelerlebnis. Das Land Hessen begleitet diesen Weg. Wir schaffen verlässliche Rahmenbedingungen und investieren gezielt in die Zukunft der Branche. Bis 2028 stellen wir rund 3,3 Millionen Euro für die Digitalisierung im Tourismus bereit. Hinzu kommen jährlich 13 Millionen Euro für prädikatisierte Heilbäder sowie Mittel für die kurörtliche Infrastruktur. Insgesamt wurden zwischen 2017 und 2024 rund 27,1 Millionen Euro aus Landes-, Bundes- und EU-Mitteln eingesetzt.

Mir ist wichtig: Diese Entwicklung gelingt nur gemeinsam. Im engen Austausch zwischen Verband, Betrieben und Politik können wir den Standort Hessen weiter stärken und neue Wege erschließen.

Ich danke Ihnen für Ihr Engagement und Ihre klare Ausrichtung. Sie tragen dazu bei, dass Hessen ein Ort bleibt, an dem Gesundheit, Lebensqualität und wirtschaftliche Stärke zusammenkommen. Für das Jahr 2026 wünsche ich Ihnen alles Gute, Gesundheit und weiterhin viel Erfolg auf Ihrem Weg.

Mit herzlichen Grüßen

Kawah Mansoori

Kawah Mansoori
Hessischer Minister für Wirtschaft, Energie,
Verkehr, Wohnen und ländlichen Raum





Tradition wird Zukunft

Wandel braucht Wurzeln. Sie erinnern uns daran, woher wir kommen und wer wir sind. Sie geben uns Orientierung und Sicherheit, Halt und Identität. Und sie geben uns die Kraft für die Veränderung, sie sind der Nährstoff für den Neubeginn.

Die Heilbäder und Kurorte in Hessen haben sich bewusst dafür entschieden, ihre Tradition neu zu begründen. Sie sind Initiatoren und Ideengeber der Marke DIE KUR. Sie schaffen zeitgemäße Inhalte und geben dem Begriff eine moderne Bedeutung. Damit werden sie in einer Welt, die sich rasend schnell verändert, zu einer Konstanten für eine zutiefst verunsicherte Gesellschaft.

Mit Verantwortung

Mit ihrer medizinisch-therapeutischen Kompetenz leisten Heilbäder und Kurorte tagtäglich einen Beitrag für die Gesundheit des Menschen. Sie sichern die medizinische Versorgung gerade in den ländlichen Räumen, sie gestalten Erholungsräume und Angebote für die aktive und passive Entspannung, um den Menschen in Balance zu bringen. Darüber hinaus sind sie Heimat für 90 Prozent aller stationären Präventions- und Rehabilitationskliniken in Hessen.

Doch das deutsche Gesundheitssystem steht vor einem tiefgreifenden Wandel, der die Kliniklandschaft grundlegend neu ausrichten wird. Kostendruck, Fachkräftebedarf und die Folgen weltwirtschaftlicher Instabilität lassen die Reserven schrumpfen. Moderne Operations- und Behandlungsmethoden, gerade in der Orthopädie, sorgen für weniger stationäre Aufenthalte. Gleichzeitig steigt der Bedarf an psychosomatischer Betreuung um ein Vielfaches.

Aber auch interne Prozesse sorgen dafür, dass die Situation neu bewertet werden muss. Die Deutsche Rentenversicherung (DRV) investiert in neue Gesundheitszentren, legt Kliniken zusammen und baut dabei Hunderte von Betten ab. Daraus folgen erneute, tiefe Einschnitte in die medizinische Versorgung und in die regionalen Wirtschaftskreisläufe der Heilbäder und Kurorte in Hessen.

Es bedarf also einer Krankenhausreform und der Neustrukturierung des Gesundheitsangebotes. Eine qualitativ hochwertige und flächendeckende Patientenversorgung kann der Gesetzgeber jedoch nur sichern, wenn er den Blick auf die akute und auf die rehabilitative Versorgung richtet. Er muss moderne, innovative und belastbare Rahmenbedingungen schaffen.

Die Strukturen müssen den Bedingungen der Lebens- und Arbeitswelten angepasst werden. Das gilt für die Rehabilitation und besonders für die Prävention. Das bewährte Konzept der Ambulanten Vorsorge muss neu bewertet, finanziert und organisiert werden. Dann stärkt es Psyche und Physis des Menschen, dann macht es ihn resilienter gegenüber beruflichen und privaten Herausforderungen und lässt ihn ein selbstbestimmtes Leben führen. Und dann entlastet es die Gesellschaft – und die Kassen der Krankenkassen. Gesundheit ist und bleibt eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe, die Menschen für den Menschen tragen müssen.

Mit Qualität

Verlässlichkeit ist ein entscheidendes Kriterium. Mit dem Prädikat übernehmen die Heilbäder und Kurorte in Hessen Verantwortung für die medizinisch-therapeutische Kompetenz und für ihre Infrastruktur. Die Auszeichnung darf keine Worthülse sein oder werden. Wo Bad draufsteht, muss auch Bad drin sein. Doch wie sollen sich die Gesundheitsstandorte weiterentwickeln, wenn die kommunalen Kassen leer sind und die Städte und Gemeinden von den Aufgaben erdrückt werden, die Bund und Land ihnen übertragen? Eine große Hilfe ist dabei die „Zuweisung zu den Belastungen der Heilkurorte“, die Bäderzuweisung. 13 Millionen Euro gibt das Land Hessen alljährlich den Gesundheitsstandorten, damit sie weiterhin ihre gesamtgesellschaftliche Aufgabe erfüllen können. Ein Betrag, der die kommunalen Kassen entlastet und ohne den schon heute manche Kommune nicht mehr lebensfähig ist. Damit die Heilbäder und Kurorte weiter bestehen können, muss die Bäderzuweisung auf mindestens 18 Millionen Euro steigen und dynamisch ausgestaltet werden.

Das Geld ist gut investiert, denn so können die prädikatisierten Orte Erholungsräume sichern und weiterentwickeln. Dazu gehören energie- und ressourcensparende Thermen und Bäder ebenso wie die angestrebte digitale Transformation. Patienten, Gäste, Bürgerinnen und Bürger sollen zukünftig auf ihre komplexen Fragen kompetente Antworten – und Buchungsoptionen – erhalten.

Mit Mut

Zukunft wird aus Mut gemacht. Und aus Vertrauen in sich selbst und in den anderen. Zuhören, reden, die Sichtweise des anderen annehmen. Im Miteinander liegen ungeahnte Chancen. Die Heilbäder und Kurorte in Hessen verantworten gemeinschaftlich ihre KURvision. Sie ist Leitlinie und Orientierung. Sie ist ein mutiger Schritt in die Zukunft, in der die Kultur der Kur fest in der Gesellschaft verankert ist. Die Kombination von Medizin und Therapie mit Natürlichen Heilmitteln und Erholungsräumen wird zum Impuls für einen ganzheitlichen und natürlichen Lebensstil.

In ihrem Changeprozess beweisen sich die Heilbäder und Kurorte als Managementzentren und wirken in der Gemeinschaft für die Gemeinschaft. Die Kraft des Wandels liegt auch im Miteinander mit den Partnerinnen und Partnern aus Politik, Tourismus und Wirtschaft.

Mit Menschen

Mein Dank gilt all jenen, die die ökonomischen, ökologischen, gesellschaftlichen und politischen Herausforderungen annehmen und Verantwortung übernehmen. Für die konstruktive, kreative und verlässliche Zusammenarbeit danke ich der Hessischen Landesregierung unter der Leitung von Ministerpräsident Boris Rhein, den Abgeordneten des Hessischen Landtages sowie den kommunalen Spitzenverbänden. Ich danke dem für die Heilbäder und Kurorte zuständigen Staatsminister Kaweh Mansoori, Staatssekretär Umut Sönmez sowie ihrem Team mit Referatsleiterin Ulrike Franz-Stöcker, Ute Hellberg und Paul Robin Schneider. In unseren Dank schließen wir Staatsminister Professor Dr. R. Alexander Lorz und Staatsminister Professor Dr. Roman Poseck und ihre engagierten Teams mit ein. Danke sagen wir auch den Kolleginnen und Kollegen des Hessischen Landwirtschafts- sowie Gesundheitsministeriums für die Zusammenarbeit.

Mein herzlicher Dank gilt der Hessischen Bäderfamilie und all ihren Partnern für das Miteinander, die Zuversicht und den Mut, mit uns neue Wege zu gehen. Ich danke Ihnen für das Vertrauen, das uns durch alle Zeiten trägt. Sie alle machen die Heilbäder und Kurorte in Hessen lebendig und lassen die KURvision Wirklichkeit werden.

Ralf Gutheil
Vorsitzender des
Hessischen Heilbäderverbandes e.V.

Unsere KURvision

Die Kur ist der Kristallisationskern der Heilbäder und Kurorte in Hessen. Die Marke, in der sich das immerwährende Konzept widerspiegelt, gibt den Weg vor und sendet die benötigten Impulse für die strategische Weiterentwicklung des hessischen Kur- und Bäderwesens. Dabei richtet sich der Fokus auf die Nachhaltigkeit in ihren ökologischen, ökonomischen und sozialen Dimensionen sowie auf die Transformationsprozesse der Gesellschaft.

Im strategischen Entwicklungsprozess hat die nächste, vielleicht herausforderndste Phase begonnen.

Bis 2027 setzt der Hessische Heilbäderverband die Neubegründung der Marke DIE KUR in der Gesellschaft um. Sie ist die Antwort auf die Herausforderungen der Transformation.

Die Marke DIE KUR und ihre Markenfamilie wird von den Heilbädern und Kurorten in Hessen getragen.

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 Nachhaltigkeit der Heilbäder und Kurorte maßgeblich.

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



Auf dem Weg

In einem umfassenden Prozess betrachten die Heilbäder und Kurorte in Hessen regelmäßig ihre Entwicklung und setzen sie in Bezug zu den Strömungen in Politik, Wirtschaft und Tourismus. Daraus formulieren sie die strategischen und operativen Ziele und fassen sie in ihren Leitlinien zusammen.

Strategische Ziele

- Existenzsicherung der Heilbäder und Kurorte in Hessen in ihrer Gesamtheit mit dem Ziel der Nachhaltigkeit zur Bewahrung der Natürlichen Heilmittel (ökologische Dimension), der Wirtschaftskraft (ökonomische Dimension) und der Tradition (soziale Dimension)
- 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 neuer 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



Operative Ziele

Identität, Profil und Marke: Markenprozess DIE KUR

- Der laufende Markenprozess wird für den Verband und seine Mitgliedsorte intensiviert und professionalisiert
- Aufbau einer Markenkooperation für die Markenfamilie Hessen
- Entwicklung von Kommunikationsstrategien und Aufbau einer Markenplattform

Bedarfsgerechte Angebote:

- Entwicklung von zur Marke passenden, qualitativ hochwertigen, zielgruppengerechten und damit zeitgemäßen Produkten und Angeboten durch die Mitgliedsorte und deren regionale Wirtschaft
- Unterstützung bei der markengerechten Kommunikation und Sicherstellung der Sicht- und Buchbarkeit (Vertrieb)

Digitale Sichtbarkeit:

- Datenmanagement und Entwicklung der Content Strategie für die kur-spezifischen Angebote und Leistungen der Heilbäder und Kurorte in Hessen
- Unterstützung der Orte bei der Qualifizierung der Leistungsanbieter für die digitale Marktbearbeitung unter Berücksichtigung der Schnittstellen zu verschiedenen landesweit laufenden Prozessen
- Impulsgebung, Initiierung von Prozessen und Unterstützung bei der Qualifizierung und Vernetzung

Finanzierung der Bäderarchitektur und -infrastruktur:

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

Wissensmanagement:

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

Die Kur ist Tradition und Zukunft!

Bäderzuweisung

Die Heilbäder und Kurorte in Hessen übernehmen Verantwortung für den Menschen. Mit ihren Angeboten in Prävention, Kuration und Rehabilitation schützen sie ihn und helfen ihm, ein selbstbestimmtes Leben zu gestalten. Und der Mensch darf vertrauen. Er darf auf das wissenschaftlich fundierte Anerkennungsverfahren bauen, das bundesweit einheitliche Qualitätsstandards sichert. Dabei wird der Kurort als medizinische und therapeutische Landschaft und als ganzheitlicher Erholungsraum verstanden, der Körper und Geist stabilisiert.

Dieser Zielsetzung steht die Ausbildung von Gewerbegebieten diametral entgegen. Darüber hinaus können Einnahmen nur durch den Kurbeitrag erzielt werden, der direkt in die kurörtliche Infrastruktur fließt, aber nicht durch Kliniken, von denen nur sehr wenige Grund- und/oder Gewerbesteuer zahlen.

Einen Ausgleich für die Aufwendungen sowie die nicht erzielbaren Einnahmen leistet die Hessische Landesregierung mit der Bäderzuweisung. 13 Millionen Euro fließen jährlich zweckgebunden in die Heilbäder und Kurorte.

Damit die Heilbäder und Kurorte ihre wichtigen Aufgaben auch in Zukunft erfüllen können, ist es notwendig, die finanzielle Unterstützung dauerhaft auf 18 Millionen Euro anzuheben und regelmäßig anzupassen. 40.000 Beschäftigte im Gesundheitswesen sowie mehrere 10.000 Menschen, die in Kur & Tourismus wirken, brauchen eine Perspektive.



Ja zur Therme!

Die Gesellschaft braucht Thermen und Bäder. Hier wird gelernt, hier wird trainiert und hier wird gelacht. Was in wenigen, dünnen Worten daherkommt, lässt sich leicht auffächern. Denn Wasser, und gerade die hochmineralisierten Wasser der Heilbäder und Kurorte, sind ideale Partner bei der individuellen Gesundheitsvorsorge. Das natürliche Element fördert Bewegungsabläufe, stärkt den Körper und wirkt sich positiv auf den Geist aus. Davon profitieren Kinder beim Schwimmenlernen oder beim Schulschwimmen. Davon profitieren Bürgerinnen, Bürger und Gäste bei der aktiven und passiven Entspannung und davon profitieren Patienten in der Rehabilitationsphase.

Mit ihren Thermen und Bädern gestalten die Heilbäder und Kurorte in Hessen die vielfarbigen Facetten der Gesundheitslandschaft. Damit erfüllen sie zentrale Aufgaben der Vorsorge und schaffen gleichsam einen Mehrwert für die Gesellschaft und den Menschen. Ihr Beitrag zur Prävention spart Kosten in der Rehabilitation. Noch deutlicher sind die Effekte der Thermen und Bäder in der regionalen Wert-

schöpfungskette abzulesen. Thermen erhöhen die Besucherfrequenz in den Gesundheitsstandorten. Daran partizipieren Hotellerie, Gastronomie, Einzelhandel und viele weitere Branchen.

Danke.

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 mit und für die Heilbäder und Kurorte in Hessen engagieren, um für die Menschen die Erholungsräume der Zukunft zu schaffen.

*Mit den Menschen,
für den Menschen.*

Kliniklandschaft im Umbruch

Die Veränderungen der Gesellschaft, steigende Kosten und neue Behandlungsmöglichkeiten sorgen dafür, dass das Gesundheitssystem überdacht und überarbeitet werden muss. Die Kliniklandschaft in Deutschland ist im Umbruch – und das hat weitreichende Auswirkungen auf die Heilbäder und Kurorte in ganz Deutschland.

In Bad Sooden-Allendorf wurden 200 Betten abgebaut, Kliniken in Bad Wildungen und Bad Zwesten zusammengelegt und in Bad Soden-Salmünster geschlossen. Gleichzeitig entstehen neue Klinikkomplexe, hochspezialisiert und dem Menschen zugewandt. Unter dem Strich jedoch, ist der Verlust an Klinikbetten deutlich höher als der Zuwachs.

Die Reha-Kliniken engagieren sich jeden Tag für den Menschen. Rund 2.000 Euro erhält eine Einrichtung in der Regel für die Behandlung eines Patienten. Darin enthalten sind ärztliche Betreuung, therapeutische Leistungen, Vollpension und – 21 Übernachtungen. Das steht in keiner Relation zum qualitätsvollen Leistungspaket der Reha-Kliniken.

Die Heilbäder und Kurorte sind alarmiert! Jedes Klinikbett, das verloren geht, ist ein Einschnitt in die medizinisch-therapeutische Kompetenz und in den regionalen Wirtschaftskreislauf. Hotellerie und Gastronomie setzen weniger um, der Verkauf im Einzelhandel stagniert und das Handwerk verliert Auftraggeber. Die hart erarbeitete Wirtschaftskraft geht verloren, Innenstädte sterben aus und Arbeitsplätze schwinden.



Die Veränderungen sind in vollem Gange, doch der Blick auf den Patienten darf nicht verloren gehen. Die Vorsorge- und Reha-Kapazitäten müssen beibehalten und dauerhaft sichergestellt werden.

Vorsorgen – statt reparieren

Die Bilanz ist positiv: Ein investierter Euro in Prävention bringt fünf Euro volkswirtschaftlichen Gewinn – und spart dazu noch viele Schmerzen. Ein guter Gedanke also, der sich mit der Ambulanten Vorsorge weiterentwickeln lässt. Das Konzept kann einen wichtigen Beitrag dazu leisten, den Menschen fit für das Leben zu machen. Was es dafür braucht? Rahmenbedingungen, die zu unserer modernen Gesellschaft und den neuen Arbeitswelten passen.

Mit dem Positionspapier „Zukunft ist gesund“ zeigen der Hessische und der Baden-Württembergische Heilbäderverband auf, wie aus der Ambulanten Vorsorge eine moderne Prävention wird:

Ambulante Prävention

- Ganzheitliches Behandlungskonzept
- Anspruch auf Bildungsurlaub
- Automatische Genehmigung ab dem 50. Lebensjahr
- Zuzahlung der Krankenkasse in Höhe von mindestens 30 Euro täglich
- Zuzahlung für Heilmittelverordnungen entfällt
- Auf Patienten ausgerichtete Aufenthaltsdauer
- Auf Verordnung des Hausarztes

Recht & Gesetz

Die rechtlichen Rahmenbedingungen sowie Änderungen oder Neufassungen von Gesetzen haben erhebliche Auswirkungen auf die Heilbäder und Kurorte in Hessen. Aus diesem Grund analysiert der Hessische Heilbäderverband die aktuelle Gesetzeslage, bewertet mögliche Folgen von Gesetzesänderungen und informiert hierzu seine Partner.

Vorsteuerabzugsberechtigung

Heilbäder und Kurorte haben einen gesamtgesellschaftlichen Auftrag. Sie sind der Gesunderhaltung des Menschen verpflichtet. Deshalb gestalten sie das Aufgabengebiet der Prävention und Rehabilitation mit und deshalb unterwerfen sie sich strengen Qualitätskontrollen nach den bundeseinheitlichen Begriffsbestimmungen. Auf dieser Basis resultieren für jedes Heilbad und jeden Kurort Pflichten, die einzig im Zusammenhang mit dem Aufenthalt der Patientinnen und Patienten stehen.

Vor diesem Hintergrund ist die Vorsteuerabzugsberechtigung aus dem Betrieb und der Errichtung von Kureinrichtungen zu sehen. Doch die wesentliche Finanzierungssäule der Heilbäder und Kurorte steht auf tönernen Füßen. Nach der aktuellen Rechtsprechung ist die Umsatzsteuer auf Kurbeiträge ebenso fraglich, wie der Vorsteuerabzug für die kurörtliche Infrastruktur. Im ärgsten Fall würden sich die Kosten für die Heilbäder und Kurorte um 19 Prozent erhöhen – und das wäre für die Gesundheitsstandorte nicht mehr leistbar.

In diesem Zusammenhang fanden weitere Gespräche mit Dennis Färber und Markus Moos vom Referat für Umsatzsteuer und Finanzkompetenzen in der Gesellschaft beim Hessischen Finanzministerium statt. Zielsetzung ist nach wie vor, die überaus komplexe steuerliche Situation zu beleuchten.

Medical Device Regulation (MDR)

Heilmittel mit rein physikalischer Wirkung und medizinisch-therapeutischen Nutzen gelten nach der Medical Device Regulation (MDR) als Medizinprodukt. Danach müssen Wasser und Moore zum Baden und Inhalieren in einer Konformitätsbewertung erfasst werden. Das umfassende Verfahren belastet die Heilbäder und Kurorte über die Maßen. Deshalb müssen neue Ansätze zur Organisation und Verfahrenserleichterungen diskutiert werden.

Kur & Heilwald

Der Wald ist ein Multitalent. Er schützt den Boden, er reinigt das Wasser und er liefert Luft. Für den Menschen ist der Wald ein Schutzraum und ein Ort der Gesundheit. Als Kur- und Heilwald ist er ein Angebot der Vorsorge und Nachsorge. Diesen Aspekt der Vielseitigkeit des Waldes spiegelt jetzt auch das Hessische Waldgesetz wider.

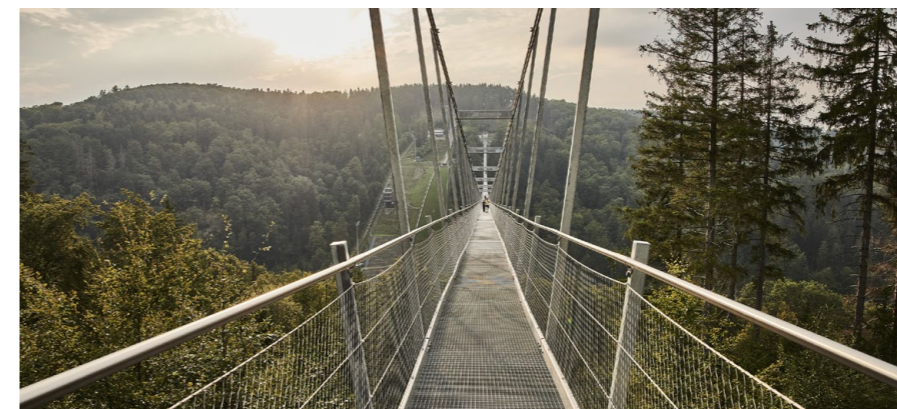
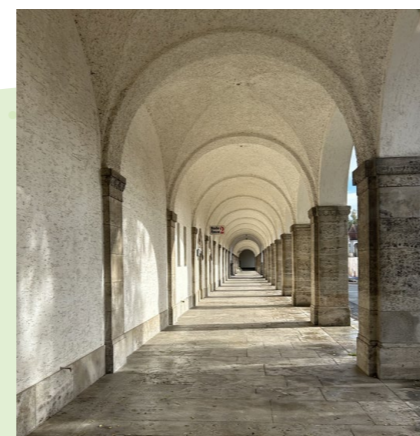
Indikationsbezogen und mit hochwertigen Therapieansätzen kann der Kur- und Heilwald von nun an exklusiv in den hochprädiagnostisierten Heilbädern und Kurorten entwickelt werden.

Am Ortseingang

Mit dem Status „Heilbad“ oder „Kurort“ gehen für die Gäste und Bürger Qualitätsversprechen einher, die sich unter anderem in der nachhaltigen Angebotsentwicklung sowie in der kurörtlichen Infrastruktur zeigen. Diese Qualität können Heilbäder und Kurorte in Hessen jetzt stärker nach außen tragen, denn die Prädikatstitel „Heilbad“, „Kurstadt“ oder „Kurort“ können zukünftig als Namenszusatz anerkannt und auf die Ortseingangsschilder gesetzt werden. Das neue KommFlex und ein engagiertes Team des Hessischen Innenministeriums machen es möglich.

Kurbeitrag

Die Heilbäder und Kurorte in Deutschland stehen zu ihrer Qualität. Auf Basis der Begriffsbestimmungen gestalten die Gesundheitszentren medizinische und therapeutische Landschaften für die Erholung von Körper und Geist, bauen ihre Infrastruktur aus und sichern ihre Natürlichen Heilmittel. Doch Kurparke, Gradierwerke, Heilquellen, Thermen und Bäder müssen finanziert werden, auch wenn die kommunalen Kassen leer sind. Der Standard muss ausgebaut und die Qualität gesichert werden.



Einen Anteil dazu leistet der Kurbeitrag. Das Konzept sieht vor, Patienten und Gäste an den Aufwendungen der Kommunen zu beteiligen und damit gleichzeitig die heimische Bevölkerung zu entlasten. Die Einnahmen fließen zweckgebunden in die kommunalen Haushalte und werden direkt wieder für die gesundheitsbezogene, kurörtliche Infrastruktur verausgabt. Seit 2023 darf der Kurbeitrag auch wieder von Geschäftsreisenden erhoben werden. Damit können Städte und Gemeinden ihre Einnahmen erhöhen und zielgerichtet in den Kurbetrieb investieren.

Mehr noch: Der Kurbeitrag bildet die hohe Qualität, die Leistungsfähigkeit sowie die medizinisch-therapeutische Kompetenz der Heilbäder und Kurorte ab. Ihm stehen Leistungen gegenüber, die in nahezu allen Heilbädern und Kurorten auch umsatzsteuerlich bewertet werden. Weiterhin werden die Kurbeiträge in die Pflegesätze der Kliniken eingerechnet.

Für die Heilbäder und Kurorte in Hessen ist der Kurbeitrag eine unverzichtbare Einnahme zur Finanzierung des Kur- und Bäderwesens.

Zukunft in Deutschland

Der Deutsche Heilbäderverband wagt den Neubeginn. Im November 2025 beschlossen, hat der Bundesverband zwei Tage vor Weihnachten einen Strategieprozess gestartet, um sich neu aufzustellen und sich strategisch weiterzuentwickeln. Auf Grundlage einer gemeinsamen Orientierung und fundierten Entscheidungen entsteht eine von allen Landesverbänden getragene Interessenvertretung der Heilbäder und Kurorte auf Bundesebene.

Nur wenige Wochen nach dem Neubeginn werden konkret die Aufgaben der Interessenvertretung auf Bundesebene formuliert und zur Landesebene abgegrenzt. Dafür wird gemeinschaftlich mit den Landesverbänden eine Bestands- und Bedarfsanalyse für das zukünftige Aufgabenportfolio erarbeitet. Das Ergebnis fließt in die „Leitlinien“ ein. Parallel zu diesem Strukturpapier wird für die Aufgaben eine geeignete Sollstruktur definiert. Der Blick richtet sich dabei auf die Beteiligungs- und Mitwirkungsmöglichkeiten, Entscheidungsmechanismen sowie das Gremien- und Arbeitsgruppensdesign. Gleich im nächsten Schritt wird die Aufwandskalkulation berechnet und ein Finanzierungsmechanismus entwickelt.

Im Prozess selbst wird alles in Frage gestellt, jedes Thema angepackt und betrachtet. Alle am Prozess Beteiligten müssen sich von den alten Strukturen und Gedankenmustern freimachen und das – aus heutiger Sicht – Unmögliche wagen. Das erfordert den kritischen Blick auf sich selbst, das erfordert Demut und das erfordert Mut. Vergangenheit ist Geschichte, Zukunft ein Meer voller Möglichkeiten.

Deutschlands Heilbäder und Kurorte sind werthaltig. Ihre Tradition und ihre Kultur sind Kern ihrer Identität und machen sie zu besonderen Orten. Ihre medizinischen und therapeutischen Landschaften sind Teil des Gesundheitssystems und machen sie zu gesellschaftsrelevanten Plätzen. Ihre Struktur und ihre Angebote sind Erholungsräume und machen die Heilbäder und Kurorte zu einem Teil des Menschen.

Der Hessische Heilbäderverband begleitet den Strukturprozess des Deutschen Heilbäderverbandes aktiv und freut sich auf die gemeinsame Zukunft mit allen Landesheilbäderverbänden.

Zukunft in Europa

Deutschlands Heilbäder und Kurorte brauchen auch eine starke Vertretung auf der europäischen Ebene, damit ihre Anregungen zu den Förderperioden sowie den Gesetzgebungen Gehör finden. Die bereits erarbeiteten Optionen für eine neu strukturierte europäische Vernetzung und Vertretung müssen weiterentwickelt und im Strukturprozess des Deutschen Heilbäderverbandes berücksichtigt werden.

Daten und Fakten

Wirtschaftsfaktor Kur und Tourismus in den Heilbädern und Kurorten in Hessen

Kur & Tourismus prägen die Heilbäder und Kurorte in Hessen. Sie bilden die sozio-ökonomischen Grundlagen und geben mehreren 10.000 Menschen Arbeit.

Die Kur liegt im Trend

Die Kur ist der Kompass für einen ganzheitlichen Lebensstil und liegt damit voll im Trend. Die Suche nach Impulsen und dem richtigen Handwerkszeug zur Selbsthilfe führt in die Heilbäder und Kurorte in Hessen. Die Neubegründung der Tradition und das immerwährende Konzept der Kur wird in den Gesundheitszentren zum maßgeblichen Wirtschaftsfaktor. Sie sind Teil des zweiten Gesundheitsmarktes, der durch privaten Konsum entsteht und dem eine jährliche Wachstumsrate von bis zu 6 % vorausgesagt wird.

Informationsverhalten

Internet, Smartphone & Co. haben schon lange analoge Informationsquellen abgelöst. Und dennoch sind Broschüren und telefonische Auskünfte über die Heilbäder und Kurorte in Hessen stark nachgefragt. Grund dafür sind unter anderem die sensiblen Gesundheitsthemen und die jeweilige persönliche Situation.

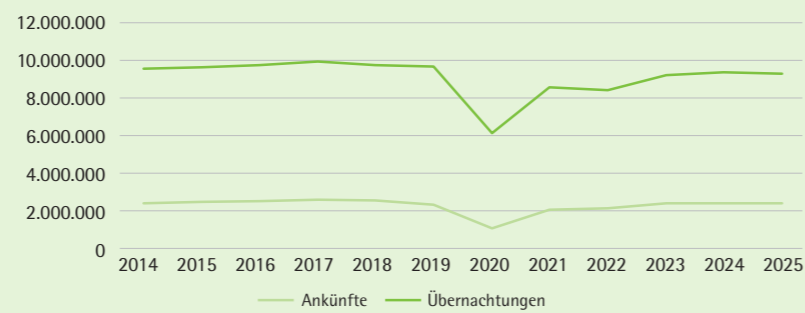
Betriebe & Schlafgelegenheiten

Übernachtungskapazitäten in den Heilbädern und Kurorten in Hessen:

Jahr	Betriebe	Schlafgelegenheiten
2020	568	38.666
2021	693	55.047
2022	665	55.681
2023	662	56.393
2024	643	55.859
2025	631	54.106

Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Wiesbaden

Jahresübersicht Ankünfte und Übernachtungen 2014 bis 2025



Ankünfte und Übernachtungen

Warum sich der Blick auf die Übernachtungszahlen lohnt? Weil sie ein Indikator dafür sind, wie es um die Branche und Strukturen der Heilbäder und Kurorte in Hessen steht. Sie liefern schnelle und zuverlässige Anhaltspunkte zur konjunkturellen Entwicklung des Beherbergungsgewerbes und stehen für einen Teil der Wertschöpfung, die in den Orten entsteht.

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
2023	9.311.430	- 7	3,6	- 8
2024	9.452.516	- 5	3,7	- 5
2025	9.381.733	- 6	3,6	- 8

Nach dem starken, coronabedingten Einbruch der Übernachtungszahlen in den Jahren 2020 bis 2022, hat sich der Markt 2023 und 2024 erholt. An die Erfolge von 2019 konnten die Heilbäder und Kurorte in Hessen im Gesamten jedoch nicht anschließen. Der Blick in die einzelnen Daten verrät, dass zwar eine Vielzahl der Orte ihr Ergebnis halten oder verbessern konnte, andere haben dagegen deutlich an Über-

nachtungen verloren. Der Grund hierfür sind kulturelle und sportliche Veranstaltungen, die 2025 nicht stattgefunden haben, aber auch die Neustrukturierung der Kliniklandschaft. Bereits 2024 wurden erste Kliniken geschlossen, 2025 wurden weitere Betten abgebaut. Damit entstehen weniger Übernachtungszahlen im Klinikbereich und in den Orten, denn die Verwandten- und Bekanntenbesuche der Patientinnen und Patienten entfallen ebenfalls.

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
2023	33.676.743	9.311.430	28
2024	34.759.106	9.452.516	27
2025	34.340.636	9.381.733	27

Die Statistik umfasst die Übernachtungszahlen in Betrieben ab zehn Betten sowie auf Campingplätzen. Nicht erfasst werden Daten der sogenannten Parahotellerie, also die Übernachtungen in Betrieben unter zehn Betten, Privatzimmern und Ferienwohnungen.

	2020		2021		2022		2023		2024		2025	
	Ankünfte	Übernachtungen	Ankünfte	Übernachtungen	Ankünfte	Übernachtungen	Ankünfte	Übernachtungen	Ankünfte	Übernachtungen	Ankünfte	Übernachtungen
Bad Arolsen	44.137	102.324	34.404	86.749	52.924	113.427	55.699	108.282	60.960	121.995	58.623	117.435
Bad Camberg	9.910	160.610	9.210	154.140	12.830	162.795	12.798	167.022	13.816	181.652	13.554	187.787
Bad Emstal	10.055	26.928	9.109	27.228	13.151	34.779	15.036	40.890	14.023	37.909	17.643	41.075
Bad Endbach	7.052	44.814	6.657	43.379	9.523	53.158	9.307	49.444	9.345	52.913	9.055	49.063
Gersfeld (Rhön)	27.637	101.231	28.286	108.046	44.100	143.893	40.554	142.158	40.041	143.004	37.192	129.767
Grasellenbach	14.069	37.661	15.250	42.045	23.377	61.555	24.976	64.036	24.755	64.837	24.333	63.918
Herbstein	6.689	18.383	8.643	23.745	15.667	43.690	16.401	45.603	16.663	47.322	15.094	43.342
Bad Hersfeld	49.264	219.340	54.747	230.649	79.892	307.125	81.174	329.862	78.096	307.973	77.737	319.685
Bad Homburg v. d. H.	70.210	371.106	73.944	390.244	133.635	525.170	143.695	563.228	150.358	564.434	160.907	572.423
Bad Karlshafen	25.659	106.715	24.151	105.267	34.450	145.894	34.434	135.094	36.587	144.804	40.732	166.633
Kassel documenta	185.408	506.159	250.004	496.634	460.541	891.131	496.928	878.629	511.824	925.278	503.764	890.708
Bad König	5.961	16.414	6.692	14.906	10.266	22.148	10.989	25.156	10.839	24.637	10.456	25.956
Königstein im Taunus	19.559	139.450	23.533	147.567	37.312	170.497	37.239	167.236	40.773	173.166	44.203	181.364
Lindenfels	8.114	48.273	9.287	59.033	15.274	77.767	14.335	90.596	14.198	96.496	13.875	96.438
Bad Nauheim	54.725	509.341	56.565	504.790	86.596	576.859	97.135	642.905	101.610	673.155	96.832	674.524
Naumburg	6.376	23.464	5.706	22.516	8.357	30.487	9.720	34.750	10.175	37.940	10.093	32.543
Neukirchen (Knüll)	9.527	21.492	8.889	22.993	11.973	30.846	15.405	37.164	14.181	34.646	15.615	36.979
Bad Orb	28.823	269.161	37.013	323.941	61.904	381.892	66.326	424.760	62.931	434.290	65.283	438.067
Bad Salzhausen	10.202	84.174	9.651	83.381	14.443	91.951	17.466	97.394	16.380	95.122	13.261	86.651
Bad Salzschlirf	22.016	134.661	26.611	147.911	37.361	169.283	42.480	201.732	40.204	195.831	45.496	214.090
Schlangenberg	9.922	65.744	7.974	60.685	10.709	64.382	15.035	76.381	19.094	82.554	19.537	85.677
Bad Schwalbach	6.639	135.580	7.121	158.669	8.588	172.208	9.156	189.011	9.142	189.262	9.388	196.914
Bad Soden am Taunus	24.537	68.945	22.099	76.564	41.418	113.391	47.581	130.583	53.314	135.128	48.958	135.431
Bad Soden-Salmünster	25.439	239.499	26.782	284.877	36.935	318.705	35.776	344.078	33.740	335.938	42.672	326.753
Bad Sooden-Allendorf	25.439	239.499	26.782	284.877	36.935	318.705	35.776	344.078	33.740	335.938	30.952	308.063
Bad Vilbel	13.533	41.685	14.965	43.263	34.566	77.353	43.236	117.067	42.474	141.996	42.603	143.185
Wiesbaden	256.218	654.564	262.767	671.834	495.264	1.110.254	585.781	1.337.702	577.507	1.344.735	561.487	1.321.203
Bad Wildungen	88.067	1.107.608	85.771	1.119.830	120.810	1.241.396	128.335	1.322.199	128.435	1.363.311	126.798	1.288.721
Willingen	200.585	580.889	178.769	535.507	338.509	917.500	404.702	1.042.536	396.014	990.106	416.543	1.011.443
Bad Zwesten	12.903	165.153	12.817	176.816	15.122	179.130	15.679	162.067	16.751	160.465	16.431	195.895
Gesamt	1.281.063	6.273.343	1.344.398	6.433.123	2.302.072	8.530.590	2.569.759	9.311.430	2.588.814	9.452.516	2.589.117	9.381.733

Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Wiesbaden

Winter



Januar

- Deutscher Heilbäderverband
 - Geschäftsführerkonferenz
 - Ausschuss für PR & Kommunikation
- Hessischer Heilbäderverband
 - Ausschuss für Identität & Marke
 - Ausschuss für Betriebswirtschaft
- Heilbäder & Kurorte in Hessen
 - Bürgermeister Peter Klug, Bad Salzschlirf
- Hessisches Landwirtschaftsministerium
 - Dr. Sebastian Huber, Referat II 8
- Hessischer Tourismusverband
 - Landrat Christian Engelhardt, Geschäftsführerin Yvonne Heider
- Hessen Tourismus
 - Abteilungsleiter Herbert Lang, Sebastian Gleichsner
- Netzwerk
 - Landrat Jens Womelsdorf, Landkreis Marburg-Biedenkopf
 - IHK Frankfurt am Main, Neujahrsempfang
- Wissenstransfer
 - IU International University Leipzig, Vorlesung
 - Schulung Barrierefreiheitsstärkungsgesetz
 - Lunchtalk: Krisen bewältigen
- Öffentlichkeitsarbeit
 - Hessischer Rundfunk, Interview mit Almut Boller

Februar

- Deutscher Heilbäderverband
 - Ausschuss für Finanzen & Strukturen (2)
 - Info-Veranstaltung „Kurort als Nachhaltigkeitslabel“
- Hessischer Heilbäderverband
 - Vorstand
 - Digitales Gesundheitsmanagement
- Heilbäder & Kurorte in Hessen
 - Bürgermeister Marian Knauff, Neukirchen
 - Geschäftsführer Dennis Kutschke, Bad Wildungen
- Hessisches Wirtschaftsministerium
 - Knut John, Beauftragter für ländliche Räume
- Tourismus Management Hessen
 - Arbeitsgruppe Finanzierung
- Hessen Tourismus
 - Tourismusbeirat
 - AG Leisure
- Netzwerk
 - Andreas Farnung, HSGB
 - Grimmheimat Nordhessen, Tourismusbeirat
 - IHK Frankfurt am Main, Ausschuss für Tourismus
 - Medical Network FrankfurtRheinMain, Kassenprüfung

März

- Deutscher Heilbäderverband
 - Geschäftsführerkonferenz
 - Ausschuss für PR & Kommunikation
 - AG Prävention
- Hessischer Heilbäderverband
 - Digitales Gesundheitsmanagement
 - Kassenprüfung
- Heilbäder & Kurorte in Hessen
 - Bürgermeister Dominik Brasch, Bad Soden-Salmünster
 - Bad Orb, Kneipp-Power-Talk
- Hessischer Tourismusverband
 - Tourismuspolitische Konferenz
- Tourismus Management Hessen
 - Arbeitsgruppe Finanzierung (2)
- Hessen Tourismus
 - AG Qualität
- Netzwerk
 - Wiesbaden-Rheingau, Tourismusdialog
 - ITB Berlin
 - Christina Degener, Kurverband
- Wissenstransfer
 - Seminar Meldewesen
 - Marken-Werkstatt, KMTO

April

- Heilbäder & Kurorte
 - Kassel-Bad Wilhelmshöhe, Tourismuskonferenz
- Hessen Tourismus
 - Tourismusbeirat
- Netzwerk
 - Landrat Bernd Woide, Landkreis Fulda
 - Sächsischer Heilbäderverband
- Wissenstransfer
 - Webinar „Nachfrage im Gesundheitstourismus“

Mai

- Deutscher Heilbäderverband
 - Ausschuss für PR & Kommunikation
- Hessischer Heilbäderverband
 - Mitgliederversammlung
 - Vorstand
 - Vorstand kompakt
 - 22. Hessischer Kurtag „KURglück“
- Heilbäder & Kurorte
 - Bad Orb, Pre-Audit
- Verband der Heilklimatischen Kurorte Deutschlands
 - Frühjahrstagung mit Mitgliederversammlung
 - Schönwald „50 Jahre Heilklimatischer Kurort“
- Hessisches Wirtschaftsministerium
 - Lenkungsgruppe Tourismus
- Hessischer Tourismusverband
 - Mitgliederversammlung
 - Vorstand
- Netzwerk
 - Taunus Tourismustag
 - Bürgermeister Michael Hultsch, Bad Lausick

Juni

- Deutscher Heilbäderverband
 - Geschäftsführerkonferenz
- Hessischer Heilbäderverband
 - Ausschuss für Identität & Marke
 - Ausschuss für Betriebswirtschaft
 - Expertengespräch Thermen & Bäder
- Heilbäder & Kurorte
 - Bürgermeister Frank Hofferbert, Bad König
 - Bürgermeister Maximilian Klöss, Lindenfels
 - Bad Hersfeld, Ortsbegehung
- Hessen Tourismus
 - Tourismusbeirat
 - AG Qualität
- Netzwerk
 - FDP, Sommerfest
 - SPD, Karina Fissmann-Renner
 - IHK Frankfurt am Main, Ausschuss für Tourismus
- Wissenstransfer
 - Kurortekonferenz, Beitrag von Geschäftsführerin Almut Boller
 - Schulung Bildrechte im Tourismus

*Vielfältig
und spannend*

Frühling



Juli

- Deutscher Heilbäderverband
 - AG Prävention
- Hessischer Heilbäderverband
 - Vorstand
 - Markenfrühstück
- Heilbäder & Kurorte
 - Bürgermeister Peter Klug,
 - Kurdirektorin Wenke Selke,
 - Bad Salzschlirf
- HessenAgentur
 - Hessischer Tourismuspreis, Jurysitzung
- Netzwerk
 - Bayerischer Heilbäderverband,
 - Partnerdialog
 - Hessenfest in Berlin



August

- Hessischer Heilbäderverband
 - Vorstand
 - Markenfrühstück
- Heilbäder & Kurorte
 - Bürgermeister Daniel Rudenko,
 - Bad Emstal
 - Kurdirektor Michael Sinn,
 - Bad Camberg
- Tourismus Management Hessen
 - Arbeitsgruppe Finanzierung
- Recht & Gesetz
 - Verhandlungen mit Krankenkassen
- Netzwerk
 - Kurverband



September

- Deutscher Heilbäderverband
 - Ausschuss für PR & Kommunikation
- Hessischer Heilbäderverband
 - Mitgliederversammlung
 - Vorstand
 - Zukunftswerkstatt
 - Markenfrühstück
- Heilbäder & Kurorte
 - Bürgermeister Dr. Frank Blasch,
 - Steffi von Landenberg, Bad Soden am Taunus
 - Bürgermeister Peter Klug,
 - Bad Salzschlirf
 - Bad Wildungen, Ortsbesichtigung
 - Schlangenbad, Ortsbesichtigung
 - Bad Orb, Ortsbesichtigung
- Hessischer Tourismusverband
 - Vorstand
- Hessen Tourismus
 - Hessischer Tourismustag
- Netzwerk
 - Alexander Hofmann (SPD), MdL
 - Hessische Landesregierung,
 - Parlamentarischer Abend
 - Regierungspräsident Professor Dr. habil. Jan Hilligardt, Darmstadt
 - Sächsischer Bädertag
 - Thüringer Bädertag
 - Jahrestagung AG Kur- und Bädereuseen
 - Hessen à la carte,
 - 35-jähriges Jubiläum
- Identität & Marke
 - Harmony.fm, Interview mit Almut Boller



Oktober

- Hessischer Heilbäderverband
 - Die Kur – Angebote, Workshop
 - Ambulante Vorsorge, Workshop
 - Markenfrühstück
- Heilbäder & Kurorte
 - Bad Orb, Hausärztliche Fortbildung Practica
 - Wiesbaden, Ortsbesichtigung
 - Bad König, Ortsbesichtigung
 - Bad Nauheim, Ortsbesichtigung & Kneipp-Seminar
- Netzwerk
 - Wiebke Knell (FDP), gemeinsam mit dem Hessischen Tourismusverband
 - Hessisches Wirtschaftsministerium,
 - Herbstempfang
 - Gipfeltreffen Tourismus 2025, Regierungspräsidium Kassel
 - AG Hessische Bäder
 - Ilka Lemkemeyer,
 - Heilbäderverband Niedersachsen



November

- Deutscher Heilbäderverband
 - Mitgliederversammlung
 - 121. Deutscher Bädertag
- Hessischer Heilbäderverband
 - Vorstand
 - Ausschuss für Identität & Marke
 - Ausschuss für Betriebswirtschaft
 - Social Media Workshop (2)
 - Markenfrühstück
- Hessisches Wirtschaftsministerium
 - Staatssekretär Umut Sönmez
- Hessischer Tourismusverband
 - Mitgliederversammlung
 - Gemeinsame Vorstandssitzung mit Rheinland-Pfalz
- Deutsche Zentrale für Tourismus
 - Mitgliederversammlung
- Netzwerk
 - Arbeitsgemeinschaft Hessischer Bäder



Dezember

- Hessischer Heilbäderverband
 - Ausschuss für Identität und Marke
 - Expertengespräch Thermen & Bäder
- Heilbäder & Kurorte
 - Willingen, Eröffnung Lagunenbad
- Identität & Marke
 - Antenne Mainz, Hin und Weg-Radioshow mit Almut Boller
 - Divakom, Social Media Kampagne

Interessant
und aufregend

Sommer

Herbst



Die nächste Dimension

21. Hessischer KURtag

Was ist Glück? Um diese spannende Frage drehte sich der 21. Hessische KURtag in Kassel-Bad Wilhelmshöhe. Das Thema KURglück inspirierte rund 100 Gäste aus nah und fern. Die gesellschaftsrelevante Betrachtungsweise öffnet den Blick für Neues und gibt Impulse für den Alltag. Aus diesem gemeinsamen Verständnis entsteht Verbundenheit, die die Marke DIE KUR lebendig werden lässt.

KURglück

21. Hessischer KURtag in Kassel-Bad Wilhelmshöhe
Donnerstag, 22. Mai 2025

Glücks · Start
21. Hessischer Kurtag
Ralf Gutheil
Bürgermeister, Vorsitzender des Hessischen Heilbäderverbandes

Dr. Norbert Wett
Stadtrat, Dezernat für Bürgerangelegenheiten, Soziales, Digitalisierung und Tourismus, Kassel

Glück im Ergebnis
Was wir von anderen lernen können
Maïke van den Boom
Glücksforscherin & Bestsellerautorin aus Skandinavien

Glück im Gedächtnis
Das Glück in der Geschichte
Ulrich Boller M.A.
Historiker, Königstein im Taunus

Glück im Streben
Von der Herausforderung zum Ergebnis
Ute Hellberg
Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr, Wohnen und ländlichen Raum

Glück im Blick
Die Gesellschaft von morgen
Tristan Horx
The Future:Project, Frankfurt am Main

Glück im Plan
Der Ich-Pakt für das Leben
Lukas Entezami
Deutsche Gesellschaft für Positive Psychologie, Berlin

Glück im Marmeladenglas
Kleiner Moment, großes Glück
(Meditationen und Workshops)

Glück im Weg
Der Mensch und die Kur
Carmen von Nasse
Chefärztin, Habichtswald Klinik, Kassel

Glück im Gespräch
Die Kur in der Gesellschaft
(Diskussion)

Glücks · Botschaft
Wir fassen zusammen

Moderation
Almut Boller
Geschäftsführerin des Hessischen Heilbäderverbandes

Danke!
Eine jede Veranstaltung ist anders, eine jede Veranstaltung ist besonders. Für einen glücklichen 21. Hessischen Kurtag danken wir Stadtrat Dr. Norbert Wett und Abteilungsleiter Hubert Henselmann. Herzlichen Dank sagen wir Sophie Grimm für die engagierte und perfekte Vorbereitung, die Umsicht und das unkomplizierte Miteinander.

Es war ein glücklicher Tag in Kassel-Bad Wilhelmshöhe, der positiv nachklingt.



Glück ist ein kleiner Stern,
der mitten in den Tag fällt.



Ruth W. Lingenfelser
(* 3. Mai 1952)



In der Mitte von Europa

Die Heilbäder und Kurorte in Deutschland verstehen sich als Teil von Europa. Die Zusammenarbeit über die Ländergrenzen hinweg schafft Vertrauen, der Blick in das politische Europa einen Wissensvorsprung. Und dennoch hat der Deutsche Heilbäderverband zum 31. Dezember 2025 seinen Austritt aus dem Europäischen Heilbäderverband erklärt. Die Interessenslagen und die Themen, die bearbeitet werden, liegen so weit auseinander, dass eine Zusammenarbeit für keinen der beiden Partner gewinnbringend ist.

Gleichwohl benötigen die Heilbäder und Kurorte in Deutschland eine Vertretung in Europa und ein Informationssystem mit Blick auf das Europäische Parlament. Relevante Gesetzesänderungen, Entwicklungen und Prozesse müssen frühzeitig erkannt, ausgewertet und auf die deutsche Ebene übertragen werden.

Der Deutsche Heilbäderverband hat dazu erste Handlungsoptionen ausgelotet, die in den strategischen Prozess auf der Bundesebene eingebracht und dann umgesetzt werden.



Tobias Weisbecker

Tobias Weisbecker
Bürgermeister, Bad Orb
Sprecher für Europa-Angelegenheiten

Daten & Fakten

Kur & Tourismus bilden die sozio-ökonomischen Grundlagen für die Heilbäder und Kurorte in Hessen. Sie sind das Rückgrat der kurstädtischen Entwicklung und geben mehreren 10.000 Menschen Arbeit. In diesem Wirkungskreis übernehmen die kommunal gesteuerten Kurbetriebe Verantwortung.

Um die Heilbäder und Kurorte in ihren wirtschaftlichen Bestrebungen zu stärken, stellt der Ausschuss für Betriebswirtschaft Daten und Fakten zusammen und evaluiert sie. Aus diesem Betriebsvergleich entsteht eine Messlatte für die Planung, Kontrolle und Steuerung des Wirtschaftsbetriebes, die gleichsam die betriebsinternen Daten ergänzt. Damit die Orte selbst einen hohen Nutzen aus der Erhebung ziehen können, führt die Geschäftsstelle des Hessischen Heilbäderverbandes für jedes Mitglied eine eigene Datei. Das erleichtert die Erfassung der Daten und gibt einen weitaus besseren Überblick über das Geschehen in den Heilbädern und Kurorten.

Mit der Entwicklung des Konzeptes für den „Wirtschaftsfaktor Kur & Tourismus“ hat der Ausschuss für Betriebswirtschaft einen weiteren Schwerpunkt gesetzt. Die Datensammlung gibt Auskunft über die Leistungsfähigkeit der Heilbäder und Kurorte und die Bedeutung für das Land und die Region.



Daniel Rühl

Daniel Rühl
Bürgermeister, Bad Camberg
Vorsitzender des Ausschusses für Betriebswirtschaft

Farben, Formen, Fakten

Die Heilbäder und Kurorte in Hessen begründen die Kur neu und bringen sie in die Mitte der Gesellschaft. Dafür engagieren sie sich und dafür entwickeln sie Konzepte und Umsetzungsleitfäden. Im Zentrum steht dabei die Kompetenzmarke DIE KUR. Sie schafft Vertrauen und gibt den Heilbädern und Kurorten in Hessen Kraft.



Erika Weber

Erika Weber
Bürgermeisterin, Bad Endbach
Vorsitzende des Ausschusses für Identität & Marke

Ausschuss für Identität & Marke

Im Markenprozess DIE KUR zeichnet der Ausschuss für Identität & Marke für die Markensteuerung verantwortlich. Der Fokus liegt dabei auf der Übersetzung der Markenidentität in die konkrete Ausgestaltung des Marketing-Mix.

Marketing-Mix und Budget

Der Marketing-Mix setzt auf eine marken- und zielgruppengerechte Präsentation in den digitalen Medien. Print-Produkte und Radiowerbung ergänzen das Set.

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

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

Leitmilieu

Das Milieu-Modell steht seit Anfang der 1980er Jahre für die sozialwissenschaftliche Gesellschaftsanalyse. Es beschreibt grundlegende Werteorientierungen sowie Alltagsinstellungen zu Arbeit, Familie, Freizeit oder Konsum. Aus diesen Erkenntnissen lassen sich Gesellschaftsgruppen ableiten, die sich in der Lebensauffassung und Lebensweise ähneln.

Die Basis für das Leitmilieu der Heilbäder und Kurorte in Hessen ist die „Adaptiv pragmatische Mitte“. Durch Studien und Forschungen weiter verfeinert, entsteht eine sehr genaue Beschreibung der Zielgruppe, für die Angebote passgenau entwickelt werden können.

Leitmilieu der Heilbäder und Kurorte in Hessen

Adaptiv-Pragmatisch

Leitmotiv:
Gut geplante Schritte statt
große Sprünge

Mit und für
die KUR

Markenkommunikation

Die Markenkommunikation basiert auf einem Kommunikationskonzept und ist mit dem Ziel verknüpft, die Kur fest im Bewusstsein der Gesellschaft zu verankern.



Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Die Markenkommunikation zeigt sich in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Sie hat das Ziel, das Vertrauen in die Heilbäder und Kurorte in Hessen zu stärken. Die politische Kommunikation stellt Lösungsmöglichkeiten und das zukunftsgerichtete Handeln der Heilbäder und Kurorte in den Mittelpunkt.



Um die Veröffentlichungsquote zu erhöhen, arbeitet der Hessische Heilbäderverband Hand in Hand mit seinen Mitgliedern, die die Vorlagen an ihre regionalen Medien versenden.

- Pressekonferenzen
- Pressemitteilungen zu aktuellen Themen
- Presseservice für Journalisten & Mitglieder

Dialog mit den Mitgliedern

Der Hessische Heilbäderverband ist eng mit seinen Mitgliedern verbunden. Strategisch angelegte Kommunikationsstrukturen sorgen für kurze Wege, der Mix von Präsenz- und Onlineveranstaltungen für einen persönlichen Austausch. Das Leitbild für die Verbandskultur findet sich in der Marke DIE KUR.

Auf der Website www.heilbaederverband-in-hessen.de finden die Akteurinnen und Akteure der Heilbäder und Kurorte vielfältige Informationen. Neue Kommunikationsräume im internen Bereich der Website sollen sich zu einer digitalen Bibliothek entwickeln und relevante Informationen zugänglich machen.

Dialog mit den Partnern

Der Hessische Heilbäderverband wirkt in einem vielschichtigen Netzwerk für seine Heilbäder und Kurorte. Im Fokus stehen dabei die Bereiche Tourismus, Wirtschaft, Politik und Gesundheit.

Tourismus

Kur & Tourismus müssen partnerschaftlich gestaltet werden. Der Hessische Heilbäderverband setzt auf den offenen Dialog mit den touristischen Akteurinnen und Akteuren, lädt zu Veranstaltungen ein, besucht die Partner oder wirkt in Gremien mit. Die Website heilbaederverband-in-hessen.de und das Tourismusnetzwerk Hessen sind weitere Plattformen für die B2B-Kommunikation.

Wirtschaft

Das Wirken des Hessischen Heilbäderverbandes zielt auch darauf, das kurörtliche Leistungsspektrum in Hotellerie, Gastronomie, Einzelhandel und Freizeitwirtschaft zu stärken. Über seine Mitglieder setzt der Verband Kommunikationsströme in Gang, die die Leistungsträger in den Orten informieren.

Politik

Der Fokus des Hessischen Heilbäderverbandes richtet sich auf die politische Kommunikation. Regelmäßige Gespräche und Info-Briefe erläutern Zusammenhänge, stellen neue Projekte vor und zeigen Herausforderungen und Lösungsmöglichkeiten auf.

Gesundheit

Eine neue Kommunikationslinie hat der Hessische Heilbäderverband im Netzwerk Gesundheit aufgebaut. Präsentationen auf Ärztekongressen, Informationen zur Aus- und Weiterbildung des Kurarztes sind ein guter Anfang, um eine Zusammenarbeit zu etablieren.

Kommunikationsmedien

Die Kommunikationsmedien als Teil der Kommunikationspolitik richten sich auf den markengerechten internen und externen Dialog. Dazu zählt auch die Steuerung von gegenseitigem Wissenstransfer, Einstellungen und Erwartungen.

Basis

- Fotoaufnahmen
Zu allen Jahreszeiten setzt Profifotograf Heiko Rhode die Heilbäder und Kurorte in Hessen in Szene. So ist eine Bildwelt entstanden, die dem Markenkonzept folgt und zur Stärkung der Marke DIE KUR beiträgt.

Social Media & Digitale Medien

- Social Media-Kampagne auf Facebook mit dem Fokusthema ganzheitliche, natürliche Heilung
- Regelmäßige Posts auf den B2C- und B2B-Accounts

Print-Medien

In Balance
Das Magazin „In Balance“ ist seit 10 Jahren fester Bestandteil der Kommunikation. Marken- und zielgruppengerecht zeigt es die vielfarbigen Facetten der Heilbäder und Kurorte in Hessen. Im Mittelpunkt steht das Naturerlebnis, das sich auch in den buchbaren Kur-Angeboten widerspiegelt. Neu kreierte Themen wie Waldstille, Gedankenraum, Sekundenglück und Lebenskraft sind Teil des Konzepts, das analog beginnt und digital auf der Website www.kur-in-hessen.de und den Sozialen Medien weitergeführt wird.

- In Balance - Magazin
Beilage in den Gesamtausgaben der Frankfurter Neuen Presse sowie der Hessisch-Niedersächsischen Allgemeinen Gesamtauflage: 237.670 Exemplare



Broschürenwelt

Die marken- und zielgruppengerechte Broschürenwelt der Heilbäder und Kurorte in Hessen konzentriert sich auf die Basis-Produkte:

Broschüre Heilbäder und Kurorte in Hessen

- Schwerpunkte:
- Ambulante Vorsorge
 - Natürliche Heilmittel
 - Kurzdarstellung der Heilbäder & Kurorte

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 besondere Angebote.

Kurtaxe für vielfältige Angebote

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

Badeärztin & Badearzt

Der Bedeutung der Badeärztinnen und Badeärzte wird mit einem eigenen Prospekt Rechnung getragen. Das Informationsblatt informiert zu Weiterbildung und den Chancen für Ärzte und gibt damit den Akteurinnen und Akteuren im Kur- und Bäderwesen Argumente für potenzielle Partner an die Hand.

Fernsehen

- hessenschau
Im Mai 2025 präsentierten die Heilbäder und Kurorte in Hessen erneut das hessenschau-Wetter im Fernsehen. Der Spot, der bundesweit ausgestrahlt wird, schafft Assoziationen zur Marke DIE KUR und erhöht damit ihren mentalen Marktanteil.

Rundfunk

- harmony.fm
mit dem Themenschwerpunkt „In Balance“ und Verlinkung der Internetseiten www.kurorte-in-hessen.de und www.harmony.fm.de sowie Gewinnspiel
In der Sendung „Reiseweche“ stellten Trixxi Teffner und Geschäftsführerin Almut Boller in kurzen Beiträgen die Besonderheiten der Heilbäder und Kurorte in Hessen vor.

Messen

Die Internationale Tourismusbörse Berlin (ITB) ist die größte Reisemesse der Welt. Hier trifft sich die Branche, um sich auszutauschen und Abschlüsse vorzubereiten. Die Heilbäder und Kurorte sind am Gemeinschaftstand von Hessen Tourismus präsent und nutzen die Zeit für vielfältige Gespräche mit ihren Partnern aus ganz Deutschland.

In Verbundenheit

So unterschiedlich die 30 Heilbäder und Kurorte in Hessen auch sind, eint sie doch ihre natürlichen Heilmittel und ihre gesamtgesellschaftliche Aufgabe, die „Gesunderhaltung der Menschen“. Mit gemeinsamen Aktionen zeigen sie ihre Verbundenheit untereinander, verstärken aber auch ihre Marktpräsenz.

Lange Nacht der Thermen

Erstmals luden die Heilbäder und Kurorte in Hessen im Jahr 2025 zur „Langen Nacht der Thermen“ ein. Am Freitag, dem 14. November 2025 konnten Gäste bis 24.00 Uhr und länger schwimmen und saunieren. Durch die überregionale Werbung wurde das Angebot durch die Zielgruppen verstärkt wahrgenommen und die insgesamt 12 teilnehmenden Thermen konnten sich über zahlreiche Besucher freuen.

Die KURLiege

Der besondere Clou der KURLiege ist ihre rückenergonomische Form. Im Design des Hessischen Heilbäderverbandes präsentiert sie sich in allen 30 Heilbädern und Kurorten und ist Vorbild für die eine oder andere Liege am Wegesrand. Die KURLiege entstand in Zusammenarbeit mit der Möbel-Schreinerei Kunz und dem Entwickler-Team Dr. Maria Banzer und Professor Dr. Winfried Banzer, Königstein im Taunus.

Bella

In den Farben der Heilbäder und Kurorte in Hessen hat die Kasseler Künstlerin Eva Maria Frey eine Skulptur geschaffen, die für pure Lebensfreude steht. Bella ist ein einzigartiges Kunstwerk, das als Fotomotiv stark nachgefragt ist.

Digitale Transformation

Das Strategiefeld „Digitale Sichtbarkeit“ steht für die Heilbäder und Kurorte in Hessen im Fokus. Warum? Weil es nur mit einer Digitalen Transformation gelingt, die Attraktivität der prädikatisierten Orte zu steigern, die Kommunikation mit Gästen zu verbessern und nachhaltige Entwicklungen voranzutreiben. Geschäftsmodelle und betriebliche Prozesse müssen digital und auch mit künstlicher Intelligenz umgesetzt werden, damit die Heilbäder und Kurorte auf den digitalen Landkarten auffindbar sind.

Vision

Die Heilbäder und Kurorte in Hessen entwickeln sich durch Digitalisierung zu integrierten Anbietern.

Datenbank

Die Datenbank des Hessischen Heilbäderverbandes beruht auf einem eigens erstellten Kategorienbaum, der das kur-spezifische Leistungsprofil und die kur-örtlichen Angebote abbildet. Damit können die medizinisch-therapeutischen Kompetenzen einschließlich der touristischen Vielfalt in der digitalen Welt sichtbar gemacht und professionell vermarktet werden.

Digitale Kompetenz

Gemeinsam mit seinen touristischen Partnern treibt der Hessische Heilbäderverband die digitale Entwicklung an. Der regelmäßige Austausch trägt zur Professionalisierung und einem kostengünstigeren Ausbau der digitalen Systeme bei.

KI-Club

Kur & Tourismus können künstliche Intelligenz vielfältig einsetzen. Wie das funktionieren kann, zeigt der KI-Club, dem der Hessische Heilbäderverband beigetreten ist. Zu dem Wissenstransfer gehören regelmäßige KI-Sprechstunden und Workshops.

Internet

Der Hessische Heilbäderverband betreibt drei markengerechte Websites, die für unterschiedliche Zielgruppen aufbereitet werden.

Basis

www.kurorte-in-hessen.de
Präsentation der Heilbäder und Kurorte in Hessen mit ihren medizinisch-therapeutischen Kompetenzen einschließlich der Indikationen, Kliniken, Praxistipps und vielem mehr. Das Konzept konzentriert sich auf die medizinischen Bedürfnisse der Patienten und bietet ihnen Angebote des 1. Gesundheitsmarktes, der durch die Sozialversicherungsträger geprägt ist. Die touristischen Angebote werden ergänzend angezeigt.

Premium

www.kur-in-hessen.de

Präsentation der neuen, exklusiven Angebote zur Marke DIE KUR sowie ausgewählter Themen wie Waldstille, Gedankenraum, Sekundenglück oder Lebenskraft. Damit wird die Marke DIE KUR sichtbar und lässt ein Bild der neuen Kur-Kultur entstehen. Die Website konzentriert sich auf den gesundheitsorientierten Gast, der bereit ist, für sein Wohlbefinden Angebote privat zu buchen.

Plus

www.heilbaederverband-in-hessen.de
Für die Zielgruppen Journalisten, politische Vertreter, interessierte Öffentlichkeit sowie Mitglieder wurde bewusst eine eigene Website geschaffen. Die Informationen sind auf die Zielgruppen zugespielt und orientieren sich an deren Bedarfen, die sich deutlich von denen der Gästegruppen unterscheiden.

Soziale Medien

Kommunikation und Information: Der Hessische Heilbäderverband nutzt die Sozialen Medien für die markengerechte Präsentation der Kur in Hessen. Dabei konzentriert er sich auf vier Kanäle.

Facebook

- Kur in Hessen für Gäste und Freunde
- Hessischer Heilbäderverband für Mitglieder und Partner

Instagram

- Kur in Hessen

LinkedIn

- Hessischer Heilbäderverband

YouTube

- Die Kur
- Heilbäder & Kurorte in Hessen

Welt der Wunder

10 spannende Minuten über die Kur und die Heilbäder und Kurorte in Hessen sind auf „Welt der Wunder“ zu sehen. Aufgenommen in Bad Homburg v. d. Höhe und in Bad Nauheim berichtet die Fernsehsendung über die Anfänge der Kur in der Antike bis hin zum modernen Konzept der ganzheitlichen, natürlichen Heilung.

„Welt der Wunder“ erzählt Geschichten im Doku-Format und erreicht eine wissensaffine Zielgruppe im Fernsehen, auf YouTube und über Social Media.

Maßstäbe

Das Prädikat ist das international anerkannte Zeichen für Qualität, Verlässlichkeit und Weiterentwicklung der Heilbäder und Kurorte in Deutschland. Es steht für die medizinisch-therapeutische Kompetenz in Prävention, Kuration und Rehabilitation sowie die hohe infrastrukturelle Ausstattung.

Die Prädikate

Hinter dem Prädikat verbirgt sich ein stetiger Qualitätsprozess, der auf den Begriffsbestimmungen – Qualitätsstandards des Deutschen Heilbäderverbandes für Heilbäder und Kurorte, Luftkurorte, Erholungsorte sowie für Heilbrunnen und

Heilquellen beruht. Nur die Orte, die diese hohen Ansprüche dauerhaft erfüllen und sich regelmäßig dem Zertifizierungsprozess stellen, dürfen das Prädikat „Heilbad“ oder „Kurort“ tragen.

Hessischer Fachausschuss für Kurorte, Erholungsorte und Tourismusorte

Für die Vergabe der Prädikate „Heilbad“ oder „Kurort“ ist der Hessische Fachausschuss für Kurorte, Erholungsorte und Tourismusorte verantwortlich. Er ist beim Regierungspräsidium Kassel angesiedelt.

Erfolgreich bestanden

2025 wurden die folgenden Prädikate verliehen:

Heilbad

- Wiesbaden – Kernstadt
- Schlangenbad – Kerngemeinde
- Bad Wildungen – Kernstadt
- Bad Wildungen – Reinhardshausen
- Bad Orb – Kernstadt
- Bad König – Kernstadt
- Bad Hersfeld – Kernstadt
- Bad Nauheim – Kernstadt

Kneipp-Heilbad

- Bad Nauheim – Kernstadt
- Bad Camberg – Kernstadt





Gemeinsam einfach besser

Der Hessische Heilbäderverband bringt sich bewusst bei zahlreichen Verbänden, Vereinigungen und Ausschüssen ein, um Kur & Tourismus weiterzuentwickeln. Der intensive Austausch schafft Verständnis, stärkt das Vertrauen, sorgt für einen Perspektivwechsel und macht Mut, gemeinsam Neues zu wagen.

Deutscher Heilbäderverband e. V.

Der Deutsche Heilbäderverband ist die Stimme der Heilbäder und Kurorte in Deutschland. Er vertritt ihre Interessen in Politik, Wirtschaft und Tourismus. Dafür bündelt er Positionen, initiiert Gespräche und wirkt in zahlreichen Gremien mit.

Dem Deutschen Heilbäderverband gehören die Heilbäderverbände der Bundesländer sowie zahlreiche Fachverbände des Kur- und Bäderwesens an.

Vorstand
Ralf Gutheil
Bürgermeister, Bad Wildungen

Die Ausschüsse mit ihren hessischen Vertretern

Begriffsbestimmungen, Standardisierung, Prädikatisierung
Holger Reuter
Kurdirektor, Bad Homburg v. d. Höhe

Steffen Schneider
Kurdirektor, Bad Nauheim

Digitales – Projektteam
Almut Boller (Vorsitz)
Geschäftsführerin, HHV, Wiesbaden

Europa-Angelegenheiten
Tobias Weisbecker
Bürgermeister, Bad Orb

Finanzen, Wirtschaft und Strukturen
Almut Boller
Geschäftsführerin, HHV, Wiesbaden

Geschäftsführerkonferenz
Almut Boller (Vorsitz)
Geschäftsführerin, HHV, Wiesbaden

PR und Kommunikation
Almut Boller (Vorsitz)
Geschäftsführerin, HHV, Wiesbaden

Sozialrecht
Frank Hix
Bürgermeister, Bad Sooden-Allendorf

Hessische Landesregierung

Das Aufgabenspektrum des Hessischen Heilbäderverbandes und vielfältige Themen aus Bund, Land und Region führen zur Hessischen Landesregierung mit seinen Ministerien.

Hessisches Ministerium

... für Wirtschaft, Energie, Verkehr, Wohnen und ländlichen Raum

- Lenkungsgruppe Tourismus
- Tourismuspolitischer Handlungsrahmen
- Strategischer Marketingplan
- Förderprogramme für Heilbäder und Kurorte

... für Landwirtschaft und Umwelt, Weinbau, Forsten, Jagd und Heimat

- Hessisches Waldgesetz
- Strategie für den Tourismus im ländlichen Raum
- Heilwasser und seine Besonderheiten

... der Finanzen

- Zuweisungen zu den Belastungen der Heilkurorte
- Steuerliche Beurteilung von Kureinrichtungen

... für Gesundheit und Soziales

- Krankenhausreform
- Medical Device Regulation

... des Innern, für Sicherheit und Heimatschutz

- Zuweisungen zu den Belastungen der Heilkurorte
- Kurbeitrag
- Zusatz „Heilbad“ auf Ortseingangsschildern

Hessischer Städte- und Gemeindebund

Die Entwicklung des kommunalen Raumes mit ihrer wirtschaftlichen und kurörtlichen Infrastruktur ist das Fokusthema, das den Hessischen Städte- und Gemeindebund mit dem Hessischen Heilbäderverband verbindet.

Hessischer Städtetag

Ein regelmäßiger Informationsaustausch verbindet den Hessischen Städtetag mit dem Hessischen Heilbäderverband.

Hessen Tourismus

Die Aufgabe von Hessen Tourismus ist die Weiterentwicklung des Tourismus in Hessen und seine Profilierung nach innen und außen. Die Abteilung der HA Hessen-Agentur GmbH fungiert als digitales Zentrum und übernimmt die Steuerung und Kommunikation für das Tourismusmarketing und -management im Land.

Hessischer Tourismusverband

Der Hessische Tourismusverband e.V. vertritt die Interessen des hessischen Tourismus, seiner Organisationen und Leistungsträger gegenüber Politik, Behörden und Öffentlichkeit.

Tourismus Management Hessen

Die Tochtergesellschaft des Hessischen Tourismusverbandes begleitet die strategischen Prozesse im Tourismus - vom Tourismuspolitischen Handlungsrahmen über die Digitalisierung und die Strategie im ländlichen Raum.

Qualität kompakt

Die Initiative „Qualität kompakt“ bündelt die Zertifizierungssysteme

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

Qualität kompakt wird von der DEHOGA Hessen, dem Hessischen Tourismusverband und der HA Hessen Agentur GmbH im Auftrag des Hessischen Ministeriums für Wirtschaft, Energie, Verkehr, Wohnen und ländlichen Raum betrieben.

Vereinigung für Bäder- und Klimakunde

Der Fokus der Vereinigung für Bäder- und Klimakunde liegt auf der Kurortwissenschaft. Dazu organisiert sie einen regelmäßigen Austausch zur experimentellen und klinischen Forschung sowie zu ärztlichen und therapeutischen Anwendungen.

Verband der Heilklimatischen Kurorte Deutschlands

Der Bundesverband, in dem rund 50 Heilklimatische Kurorte zusammenkommen, richtet seinen Blick auf Innen-Marketing sowie Fortbildungen.

Verband der Ersatzkassen

Mit den Krankenkassen verhandelt der Hessische Heilbäderverband für seine Mitglieder die Preise für die Ambulante Vorsorge nach § 23 Abs. 2 SGB V.

IHK Frankfurt am Main und Kassel

Die IHK setzt sich gemeinsam mit ihren Mitgliedsunternehmen für die vielfältigen Belange der Wirtschaft in ihren Regionen ein.

Balneologische Bibliothek

Bad Wildungen ist das Zentrum der Bäderwissenschaft. Über 6.000 Publikationen aus und über das Kur- und Bäderwesen zählt die Sammlung in der Balneologischen Bibliothek. Fachbücher und -publikationen, Zeitungen und Zeitschriften, aber auch Plakate und Broschüren lassen sich hier aufblättern.

Die Bibliothek umfasst 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. Den Grundstein für die Sammlung legte Dr. Klaus-Ludwig Schmidt, Justus-Liebig-Universität Gießen.

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

Ansprechpartnerin:
Lisa Beutler
Leiterin der Städtischen Museen



Gemeinsam auf dem Weg

Auf rund 70 m² werden mitten in Wiesbaden Ideen geformt, Projekte entwickelt, geplant und gemeinsam umgesetzt. Im Kreativzentrum des Hessischen Heilbäderverbandes werden aus Herausforderungen Chancen und aus Ideen wirkungsvolle Lösungen. Gleich nebenan öffnet sich die Tür zum Deutschen Heilbäderverband. Die Bürogemeinschaft vernetzt Informationsströme, um die Interessenvertretung zu stärken.

Der Verband

Gründung:
1947

Mitglieder:
30 Heilbäder und Kurorte in Hessen

Neuwahlen zum Vorstand:
Frühjahr 2026

Der Vorstand im Geschäftsjahr 2025

Vorsitzender

Ralf Gutheil
Bürgermeister, Bad Wildungen

Stellvertretende Vorsitzende

Holger Reuter
Kurdirektor, Bad Homburg v. d. Höhe

Steffen Schneider
Kurdirektor, Bad Nauheim

Beisitzer

Frank Hix
Bürgermeister, Bad Sooden-Allendorf

Markus Oberndörfer
Bürgermeister, Bad Schwalbach

Thomas Trachte
Bürgermeister, Willingen

Stefan Ziegler
Kurdirektor, Bad Soden-Salmünster

Sprecher für Europa-Angelegenheiten

Tobias Weisbecker
Bürgermeister, Bad Orb

Vorsitzende des Ausschusses für Identität & Marke

Erika Weber
Bürgermeisterin, Bad Endbach

Vorsitzender des Ausschusses für Betriebswirtschaft

Daniel Rühl
Bürgermeister, Bad Camberg

Identität & Marke

Erika Weber, Bad Endbach (Vorsitzende)
Iris Bolender, Bad Soden-Salmünster
Katja Heiderich, Bad Homburg v. d. Höhe
Harald Hock, Bad Nauheim
Dennis Kutschke, Bad Wildungen
Jens Lüdecke, Bad Sooden-Allendorf
Michael Sinn, Bad Camberg
Kathryn Weppe, Bad Orb

Betriebswirtschaft

Daniel Rühl, Bad Camberg (Vorsitzender)
Volkmar Dörn, Bad Nauheim
Werner Eger, Bad König
Oliver Hartlieb, Bad Homburg v. d. Höhe
Christina Hochbein, Willingen
Michael Lehbacher, Bad Soden-Salmünster
Jens Lüdecke, Bad Sooden-Allendorf
Markus Oberndörfer, Bad Schwalbach
Pia Siebert, Bad Zwesten
Astrid Staubach, Herbstein
Erika Weber, Bad Endbach
Tobias Weisbecker, Bad Orb

Geschäftsführung



Geschäftsführerin
Almut Boller



Geschäftsstelle
Laura Blechschmidt
Johanna Jung
Birte Wershoven

Die Zerbrechlichkeit des Augenblicks

Für Frieden, Freiheit und soziale Stabilität gibt es keine Garantie. Sie sind hart erarbeitet und müssen mehr denn je geschützt werden. Dafür braucht es verantwortungsvolles Handeln im Miteinander und dafür braucht es Vertrauen.

Wir sind dankbar für all die großartigen Menschen, die uns auf unserem Weg begleiten und sich umsichtig für die Heilbäder und Kurorte in Hessen und in Deutschland einsetzen. Für all jene, die zuhören und die mit uns reden, die unsere Sorgen, Nöte, Ideen und Initiativen ernst nehmen und mit Rat und Tat an unserer Seite stehen. Und wir sind dankbar für all jene, die gemeinsam mit uns durch alle Höhen und Tiefen gehen. Ihr Engagement macht den Unterschied.

Ehrenvorstandsmitglieder

Lothar Büttner
Bürgermeister a. D.
Bad Soden-Salmünster

Albin Galandt
Kurgeschäftsführer a. D.
Bad Salzschlirf

Günter Göpfert
Stellvertretender Betriebsleiter i. R.
Wiesbaden

Heinrich Haupt
Bürgermeister a. D.
Bad Zwesten

Michael Köhler
Bürgermeister a. D.
Bad Zwesten

Rainer Kowald
Kurgeschäftsführer i. R.
Königstein im Taunus

Wolfgang Schmidt
Kurdirektor i. R.
Schlangenberg

Volker Zimmermann
Bürgermeister a. D.
Bad Wildungen

Impressum

Herausgeber

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

Konzept und Gestaltung

DIVAKOM GmbH, Wiesbaden
Hessischer Heilbäderverband

Beiträge


Almut Boller, Geschäftsführerin
Ralf Gutheil, Vorsitzender
Daniel Rühl, Ausschuss für Betriebswirtschaft
Erika Weber, Ausschuss für Identität & Marke
Tobias Weisbecker, Sprecher für Europa-Angelegenheiten

Fotos

S2 ol HMWEVW
S2 or Anna-Maria Schölch
S2 or Markus Oberndörfer
S2 ml Norbert Hemken
S2 mm Stadt Bad Wildungen
S2 mr Tim Ruder
S2 ul privat
S2 um Bad Orb
S2 ul Wiebke Knell
S3 Paul Schneider, Hessische Staatskanzlei
S4, S8, S9, S11, S14 l, S14 m, S14 r, S15 l, S15 r, S18, S19, S27, S29, S30 o Heiko Rhode
S7 Steffen Schneider
S10, S28 Almut Boller
S15 m Roman Kerber
S16 l, S16 m, S17 l HHV
S16 r Dominik Brasch
S17 m Almut Boller
S17 r Tino Sieland
S22 Tobias Weisbecker, Bad Orb
S23 l Daniel Rühl, Bad Camberg
S23 l Erika Weber, Bad Endbach
S24 u Tina Braun
S30 u Laura Blechschmidt

PS:
365 Tage angefüllt mit interessanten und spannenden Themen, großen und kleinen Ereignissen und Erlebnissen. Zusammen sind sie ein Teil der hessischen Kurgeschichte. Aber wie so oft kann auch dieser Geschäftsbericht die Geschichte nur unvollständig wiedergeben.

*Viele Menschen
– ein Verband*



■
Hessischer Heilbäderverband e. V.
Wilhelmstraße 18
65185 Wiesbaden
Telefon: +49 (0) 611 26 24 87 87
info@kur-in-hessen.de
www.heilbaederverband-in-hessen.de

DIE KUR
Heilbäder und Kurorte in Hessen

