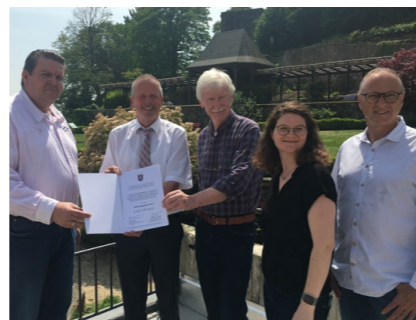




# Geschäftsbericht

2023



### Partner für das Leben

Mit ihren Spezialisten für Prävention, Kuration und Rehabilitation sind die Heilbäder und Kurorte in Hessen Partner für das Leben. 40.000 Menschen wirken hier allein in der Gesundheitswirtschaft, um die Menschen stark für den Alltag zu machen. Weitere zehntausende Arbeitskräfte engagieren sich für Kur und Tourismus und in den Branchen, die von diesen Wirtschaftszweigen profitieren.

Ihre Wirkkraft entfalten die Heilbäder und Kurorte gerade im ländlichen Raum. Hier leisten sie einen wesentlichen Beitrag für eine umfassende medizinisch-therapeutische Versorgung und schaffen gemeinsam mit regionalen Unternehmen einen Lebens- und Erholungsraum. Darüber hinaus sind sie mit Brutto-Umsätzen in Milliardenhöhe starker Wirtschaftsfaktor für die Region.

Um diese wichtigen Aufgaben zu unterstützen, stellt die Hessische Landesregierung den Heilkurorten rund 13 Millionen Euro pro Jahr zur Verfügung. Weitere 3 Millionen Euro fließen durchschnittlich pro Jahr in die kurörtliche und touristische Infrastruktur, um Erholungsräume zu erhalten oder zu entwickeln. Dadurch konnten seit dem Jahr 2000 Investitionen von rund 172 Millionen Euro ausgelöst werden.

Die Gesundheit des Menschen ist ein fundamentales Gut, das geschützt werden muss. Deshalb setzen die Heilbäder und Kurorte auf die Kur und geben jedem Einzelnen das Handwerkszeug für einen selbstbestimmten Lebensstil mit. Es ist richtig, die Tradition neu zu begründen, die Kur für die moderne Gesellschaft zu definieren und fest in der Kultur des Menschen zu verankern.

Ich bin überzeugt davon, dass die Heilbäder und Kurorte mit ihrer Marke DIE KUR auf dem richtigen Weg sind. Der Aufbruch in neue Märkte ist ein mutiger Schritt in Richtung Zukunft, in der qualitätsvolle Angebote für Entspannung und Erholung mehr denn je benötigt werden.

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

*Kaweh Mansoori*

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





## Zukunft ist Kur

Krisen rauschen über die Kontinente und stellen die Welt, die wir gekannt haben, auf den Kopf. Allein die Folgen der Corona-Pandemie und des brutalen Angriffskrieges Russlands auf die Ukraine wirken sich vielgestaltig aus und bringen die Heilbäder und Kurorte ins Wanken. Kliniken und medizinische Einrichtungen, Hotellerie und Gastronomie, kurspezifische Infrastruktur und Freizeiteinrichtungen stehen vor großen Veränderungen. Über 1,8 Milliarden Euro Bruttoumsatz gingen allein in den Jahren 2020 und 2021 verloren. Die Erholung, die sich 2022 andeutete, wurde durch die hohe Inflationsrate vernichtet. Geld, das heute schmerzlich vermisst wird und für Investitionen fehlt. Und dennoch, Krisen sind auch immer Chancen.

Engagiert und motiviert setzt sich die Hessische Bäderfamilie für ihre KURvision ein. Sie ist Leitlinie und Orientierung in wechselhaften Zeiten und hat das Ziel, sich mit ganzheitlichen Konzepten in den neu entstehenden Märkten des Gesundheitssektors zu positionieren. Der Mut dafür kommt aus den Heilbädern und Kurorten selbst. Denn mit ihrer Entscheidung, ihre Tradition neu zu begründen und mit der Marke DIE KUR in die Zukunft zu gehen, haben sie die Grundlage für den Wandel gelegt. Der Markenprozess ist weit vorangeschritten und mit der Veröffentlichung von ganzheitlichen Angeboten ein wichtiger Meilenstein auf dem Weg zur neuen Natürlichkeit erreicht.

Damit zielen wir auf die Sehnsucht der Menschen, weil wir der Natur so nah wie möglich sein wollen. Hier finden wir Ruhe in allzu hektischen Zeiten, hier tanken wir Kraft und füllen unsere Energiedepsots auf. Und hier sind wir ein selbstverständlicher Teil der natürlichen Metamorphose. Mit ihren Heilmitteln, der medizinisch-therapeutischen Kompetenz und ihrer herausra-



genden Infrastruktur sind die Heilbäder und Kurorte in Hessen Orte, in denen die Zukunft schon heute wohnt.

Darüber hinaus sind die prädikatisierten Orte ein wichtiges Strebewerk im deutschen Gesundheitssystem und unverzichtbar für den 1. Gesundheitsmarkt. 90 Prozent aller stationären Präventions- und Rehabilitationskliniken in Hessen sind in den Gesundheitsstandorten zu Hause und müssen – der Krankenhausreform zum Trotz – dringend erhalten bleiben. Denn sie sichern die Lebensgrundlage und die medizinische Versorgung für die Menschen gerade in den ländlichen Räumen.

Allzu oft liegt die Herausforderung darin, die bestehende und gesetzlich vorgegebene kurspezifische Infrastruktur zu sichern. Die Hessische Bäderfamilie ist dankbar dafür, dass das Land Hessen die Heilbäder und Kurorte mit 13 Millionen Euro aus der

„Zuweisung zu den Belastungen der Heilkurorte“ unterstützt. Die Förderung mit zusätzlichen 15 Millionen Euro in den Corona-Jahren 2020, 2021 und 2022 hat dazu beigetragen, das Kur- und Bäderwesen zu festigen. Eine weitere wichtige Förderung war die Sonder-Zuweisung „Energie“, die darauf zielt, die energieintensive Infrastruktur – und hier besonders die Thermen – weiter zu betreiben.

Für das konstruktive Miteinander gilt unser Dank der Hessischen Landesregierung und den Abgeordneten des Hessischen Landtages sowie den kommunalen Spitzenverbänden. Herzlichen Dank sagen wir dem bis Mitte Januar 2024 für die Heilbäder und Kurorte zuständigen Staatsminister a. D. Tarek Al-Wazir sowie seinem Team mit Referatsleiterin Ulrike Franz-Stöcker und Ute Hellberg. In unseren Dank schließen wir Staatsminister a. D. Michael Boddenberg, Referatsleiter Kai Klumpp und das Team des Hessischen Finanzministeriums ein. Danke sagen wir auch den Kolleginnen und Kollegen des Hessischen Umwelt-, Innen- sowie Sozialministeriums für die Begleitung in den letzten Jahren.

Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit mit der neuen Hessischen Landesregierung unter der Leitung von Ministerpräsident Boris Rhein. Wir setzen auf den konstruktiven Austausch mit Staatsminister Kaweh Mansoori, allen Ministerinnen und Ministern und ihren Teams. Gemeinsam mit ihnen wollen wir das Morgen gestalten und die Kraft der Veränderung nutzen. Es geht um das höchste Gut des Menschen, es geht um die Gesundheit eines jeden Einzelnen. Dafür bedarf es einer deutlich stärkeren Förderung und einer jährlichen Bäderzuweisung in Höhe von mindestens 18 Millionen Euro, die sich dynamisch an die Gegebenheiten anpasst.

Gesundheit ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe, für die die Heilbäder und

Kurorte die Verantwortung übernehmen. Gesundheitsangebote und Erholungsräume schützen Gäste, Bürgerinnen und Bürger und machen sie stark, um die Herausforderungen der Zeit zu bestehen. Dafür müssen Staat und Gesellschaft in die kurspezifische Infrastruktur investieren und sie nachhaltig gestalten. Dafür müssen Gesetzeslagen auf ihre Zielsetzungen überprüft und an heutige Maßstäbe angepasst werden. Dies gilt besonders für die Ambulanten Vorsorgeleistungen, die im Sinne von Prävention neu gedacht und etabliert werden müssen. Und dazu gehört auch, dass die Heilbäder und Kurorte nicht erneut in die Abhängigkeit von unzureichenden Margen, Honoraren und Zuzahlungen der Sozialversicherungsträger gebracht werden. Auch Thermen und Bäder müssen neu entwickelt werden. Sie bedürfen der Revision und einer zukunftsfähigen und vor allem energie- und ressourcensparenden Ausstattung. Vor allem aber brauchen die Heilbäder und Kurorte eine umfassende digitale Transformation. Gäste, Bürgerinnen und Bürger müssen auf ihre komplexen Fragen kompetente Antworten – und Buchungsoptionen – erhalten.

Im Zusammenwirken liegen ungeahnte Kräfte. Deshalb arbeitet der Hessische Heilbäderverband intensiv mit den Partnerverbänden in ganz Deutschland zusammen. Dazu trägt auch die Geschäftsstelle des Deutschen Heilbäderverbandes in Wiesbaden bei.

Der Blick auf die vielschichtigen Aktivitäten der prädikatisierten Orte muss geschärft und deren Entwicklung weiter vorangetrieben werden. Hessen soll der Standort für die neue Kur sein und die Heilbäder und Kurorte im Kontext mit der Natur die Orte für Erholung und Besinnung. Darüber spannt sich das Dach, das die Marke DIE KUR für alle Partner bildet. Deshalb wünscht sich die Hessische Bäderfamilie von der Hessischen Landesregierung ein eigenes Referat.

Die Heilbäder und Kurorte in Hessen haben bewusst den Transformationsprozess angestoßen und die Veränderungen aus sich heraus entwickelt. Sie beweisen sich als dynamische Managementzentren und setzen mit ihrem Engagement neue Maßstäbe. Ich danke der Hessischen Bäderfamilie und all ihren Partnern für das Miteinander, das Vertrauen und die Zuversicht und ich danke für den Mut ungewöhnliche Wege zu gehen. Ich bin überzeugt davon, dass die Heilbäder und Kurorte in Hessen die Zukunft sind und die KURvision Wirklichkeit wird.

*R. Gutheil*

Ralf Gutheil  
Vorsitzender des  
Hessischen Heilbäderverbandes e.V.



## Zukunft in Europa

Die Heilbäder und Kurorte in Deutschland brauchen eine starke Vertretung auf der europäischen Ebene, um Anregungen zu den Förderperioden sowie den Gesetzgebungen einzubringen. Deshalb muss die deutsche Bäderfamilie eine neue Interessensvertretung organisieren, die Themen erarbeitet und mit einer Stimme für die deutschen Heilbäder und Kurorte in Europa spricht.

## Zukunft in Deutschland

Deutschlands Heilbäder und Kurorte sind unverzichtbar – das wurde einmal mehr in den Krisen der letzten Jahre deutlich. Mit der Geschäftsstelle des Deutschen Heilbäderverbandes in Wiesbaden haben die prädikatisierten Orte eine stabile Basis, die sie für ihre umfassenden Aktivitäten in den Bereichen Wirtschaft, Politik und Tourismus brauchen.

## Unsere KURvision

Das Herz der Heilbäder und Kurorte in Hessen schlägt für die Kur. Sie ist Tradition und Zukunft. Die Marke DIE KUR ist die 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.



Die Kur ist  
Tradition und  
Zukunft

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

## Auf dem Weg

Die Heilbäder und Kurorte in Hessen haben in einem umfassenden Prozess ihre Strategischen und Operativen Ziele formuliert und in ihren Leitlinien den Weg aufgezeigt.

### 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 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
- 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 Marktbearbeitung unter Berücksichtigung der Schnittstellen zu verschiedenen landesweit laufenden Prozessen.
- Der Hessische Heilbäderverband gibt Impulse, initiiert Prozesse und unterstützt bei der Qualifizierung und Vernetzung.

#### Finanzierung der Bäderarchitektur und -infrastruktur:

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

#### Wissensmanagement

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



## Durch die Zeit

Die Herausforderungen, die das Leben und die Arbeit mit sich bringen, werden immer umfassender. Umso höher ist es zu schätzen, wenn sich Kolleginnen und Kollegen über ihre eigentlichen Aufgaben hinaus engagieren.

### Die Heilbäder und Kurorte in Hessen danken

#### Michael Köhler

für sein überragendes Engagement als Vorsitzender des Hessischen Heilbäderverbandes e.V. und das großartige Miteinander.



Michael Köhler führte den Verband von Herbst 2018 bis Frühjahr 2023. In dieser Zeit hat er die Dinge ernsthaft vorangetrieben, aber das Lachen dabei nicht verlernt. Er ging die Themen überlegt, strukturiert und offensiv an und das immer fair. Er hat den Hessischen Heilbäderverband durch die schwierige Zeit der Corona-Pandemie und der gleich anschließenden Energiekrise geführt, und hat sich stark gemacht für alle Heilbäder und Kurorte in Hessen. Das



Engagement von Michael Köhler ging weit über die hessischen Landesgrenzen hinaus. Gemeinsam mit dem Deutschen Heilbäderverband und den Partnern aus weiteren Bundesländern konnten wichtige Weichen für das Kur- und Bäderwesen gestellt werden. Dazu gehörte auch der Umzug der Geschäftsstelle des Deutschen Heilbäderverbandes nach Wiesbaden.

Und Michael Köhler hat die Entwicklung der Marke DIE KUR weitergeführt und damit den Heilbädern und Kurorten in Hessen ein modernes Gesicht gegeben.

Für dieses Miteinander, für dieses Engagement sagt die Hessische Bäderfamilie Danke.

## Weit gekommen

Krisen sind auch Chancen. Die Heilbäder und Kurorte in Hessen haben die letzten Jahre trotz größter Herausforderungen genutzt und sich in den Bereichen Marke, Digitalisierung und Angebotsentwicklung neu aufgestellt. Im Herbst 2023 haben sie mit der Veröffentlichung der neuen hessischen Kurwochen einen Meilenstein und eine gemeinsame Plattform erreicht, die ein gutes Sprungbrett in die Zukunft ist.

## Im Fokus

### Zuweisungen zu den Belastungen der Heilkurorte

Im Mittelpunkt der Heilbäder und Kurorte in Hessen steht der Mensch. Für ihn verbinden sie ihre jahrhundertelange Erfahrung mit neuesten Erkenntnissen und bauen ihre medizinisch-therapeutischen Kompetenzen in Prävention, Kuration und Rehabilitation stetig aus. Für ihn öffnen sie die Schatzkiste der Natur und für ihn schaffen sie Erholungsräume mit qualitätsvollen Angeboten zur passiven und aktiven Entspannung. Warum? Damit der Mensch ein selbst bestimmtes Leben führen kann.

Damit übernehmen die Heilbäder und Kurorte in Hessen die Verantwortung für eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe. Die Hessische Landesregierung hat sich daher mit den Kommunalen Spitzenverbänden darauf verständigt, die prädikatisierten Orte in den krisengebeugten Jahren mit zusätzlichen 15 Millionen Euro zu fördern. Die Bäderzuweisung hat sich so in den Jahren 2020 bis 2022 von 13 auf 18 Millionen Euro jährlich erhöht.

Weitere 3 Millionen Euro haben die Heilbäder und Kurorte im Jahr 2023 erhalten, um die Auswirkungen der Energiekrise abzufedern. Bei der Verteilung dieser Bäderzuweisung auf alle 30 prädikatisierten Orte hat das Hessische Finanzministerium auf einen Vorschlag des Hessischen Heilbäderverbandes gesetzt. In das Rechenmodell wurden unter anderem ein Sockelbeitrag, die Einwohnerzahl, die vorhandene Infrastruktur und die energieintensiven Thermen einbezogen.

Die erhöhten Bäderzuweisungen haben in den klammen Kassen zweifelsohne zu einer Entlastung geführt. Gleichwohl müssen die Heilbäder und Kurorte in Hessen auch weiterhin im Fokus bleiben. Die geforderten Qualitätsstandards müssen erfüllt und die gewachsene und geschaffene Infrastruktur erhalten oder an die Moderne angepasst werden. Deshalb muss die Bäderzuweisung ab 2025 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, und den mehreren 10.000 Menschen, die im Tourismus arbeiten, eine Perspektive zu geben. Es geht um die Gesundheit der Bürgerinnen und Bürger. Es geht um jeden Einzelnen.

### 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 uns ausgetauscht, die uns zugehört und die mit uns Lösungswege gesucht haben, um gemeinsam mit den Heilbädern und Kurorten in die Zukunft zu gehen.

Mitmachen ist wichtig!

## Thermen & Bäder

Thermen und Bäder sind für Heilbäder und Kurorte ein wichtiges Angebot. Sie sind Ankerpunkte und Frequenzbringer mit vielfältigen Effekten für die Wertschöpfungskette des Ortes. Davon profitieren besonders Hotellerie, Gastronomie und Einzelhandel, auch weil der gesundheitsorientierte Gast bereit ist, mehr Geld auszugeben.

Darüber hinaus tragen die hochmineralisierten Wasser 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. Das wissen besonders Patienten in der Rehabilitationsphase oder mit chronischen Krankheitsbildern wie Rheuma zu schätzen. Und das genießen Kinder beim Schwimmenlernen oder beim Schulschwimmen.

Deshalb müssen Politik und Gesellschaft weiter in die Thermen und Bäder investieren. Auch dann, wenn steigende Energiekosten den Betrieb erschweren.



## Vorsorge- und Reha-Kliniken

Die Auswirkungen der Corona-Pandemie und der Energiekrise lassen Vorsorge- und Reha-Kliniken taumeln. Abgesagte und ausgesetzte Operationen, eine deutlich reduzierte Auslastung und gestiegene Energiepreise haben ihre Spuren hinterlassen. Erste Häuser mussten Insolvenz anmelden, andere werden dem Kostendruck und Investitionsstau nicht standhalten und aufgeben.

Der Wandel, der die Reha-Kliniken erfasst hat, ist vielschichtig. Ein herausragender Aspekt ist dabei die Personalstruktur, die sich in den letzten Jahren stark verändert hat. Es wird immer schwieriger Mitarbeiter zu finden und vor allem zu halten. Unter dieser Entwicklung leiden besonders die Kliniken im ländlichen Raum, in dem zwei Drittel der Heilbäder und Kurorte in Hessen verortet sind.

Zu der geringeren Auslastung durch die Sozialversicherungsträger fehlen sogenannte Zweitübernachtungen. Patienten, die üblicherweise ihre Partnerin oder ihren Partner mitbringen, verzichten vor dem Hintergrund der gestiegenen Lebenshaltungskosten darauf. Das führt dazu, dass die Deckungsbeiträge noch stärker abschmelzen.

Für die Behandlung eines Patienten mit ärztlicher Betreuung, therapeutischen Leistungen, Vollpension und 21 Übernachtungen erhält eine Reha-Klinik in der Regel



rund 1.850 Euro. Ein Betrag, der bereits vor der Corona-Pandemie schon fragwürdig war, und der heute bei weitem nicht ausreicht ist, um die höheren Kosten abzufedern.

Die Heilbäder und Kurorte in Hessen fordern von der Bundesregierung, die Vorsorge- und Rehakapazitäten zu erhalten und dauerhaft sicherzustellen.

## Recht & Gesetz

Die rechtlichen Rahmenbedingungen sowie die Überarbeitung oder Neufassung von Gesetzen haben weitreichende Auswirkungen auf die Heilbäder und Kurorte in Hessen. Deshalb prüft der Hessische Heilbäderverband die Gesetzeslagen, beschreibt mögliche Effekte von Gesetzesänderungen und berät sich dazu mit den politischen Partnern.

**Vorsteuerabzugsberechtigung aus dem Betrieb und der Errichtung von Kureinrichtungen**  
Kurbeträge, die von Heilbädern und Kurorten in Deutschland zweckgebunden erhoben werden, waren bisher der Umsatzsteuer unterworfen. Dafür konnten die

Heilbäder und Kurorte aus dem Betrieb und der Errichtung von sämtlichen Kureinrichtungen wie Wanderwege, Kurparke oder Kurhäuser den Vorsteuerabzug in Höhe von 19 Prozent geltend machen.

Nach der aktuellen Rechtsprechung war zu befürchten, dass der Vorsteuerabzug nur dann erfolgen kann, wenn eine alleinige Nutzung der Einrichtung durch den Kurgast vorgesehen ist. Danach hätten sich die Kosten aus dem Betrieb und der Errichtung von Kureinrichtungen rückwirkend (!) um 19 Prozent erhöhen können, da dieser Maßstab ab 01.01.2018 angewendet werden soll.

Der Bundesfinanzhof (BFH) hat jedoch im März 2024 die Rechtsprechung zum Vorsteuerabzug bei Kurorten völlig neu ausgerichtet (XI R 33/21). Danach können Kurortgemeinden auch in Zukunft in den Genuss des Vorsteuerabzugs kommen. Denn nach dem BFH ist entscheidend, dass die Kureinrichtungen nicht für jedermann frei und unentgeltlich zugänglich sind. Dafür reicht es aus, dass der Kurort Gästekarten ausgibt, die auch kontrolliert werden.

**Medical Device Regulation (MDR)**  
Heilmittel mit rein physikalischer Wirkung und medizinisch-therapeutischen Nutzen sind nach der Medical Device Regulation (MDR) auf eine Konformitätsbewertung als Medizinprodukt umzustellen. Das betrifft Wasser und Moore zum Baden und Inhalieren. Der Zugang zu den gesetzlichen Vorgaben wird durch die Heilbäder und Kurorte Marketing GmbH Baden-Württemberg (HKM GmbH), die ein Verfahren zur Konformitätsbewertung entwickelt hat, sichergestellt.

Die Gesetzeslage ist zwar eindeutig, dennoch muss die MDR in Frage gestellt werden. Denn die Konformitätsbewertung sowie alle damit einhergehenden Aufgaben sind so umfassend, dass sie durch die Heilbäder und Kurorte selbst nicht mehr geleistet werden können. Deshalb steht der Hessische Heilbäderverband in engem Austausch mit dem Hessischen Sozialministerium, um gemeinsam einen Lösungsweg zu erarbeiten.

## Kurbeitrag

Die gemeinsame Gesetzesinitiative des Hessischen Tourismusverbandes, Dehoga Hessen und des Hessischen Heilbäderverbandes brachte den erhofften Erfolg. Seit 2. August 2023 ist § 13 des Gesetzes für kommunale Abgaben (KAG) angepasst und der Kurbetrag und Tourismusbeitrag auch für Geschäftsreisende möglich. Damit können die Städte und Gemeinden ihre Einnahmen erhöhen und zielgerichtet in den Kurbetrieb und in die kurspezifische Infrastruktur investieren.

Die Vorzüge der Abgabe liegen auf der Hand. Denn im Gegensatz zur Bettensteuer fließen die Einnahmen von Kurbetrag und Tourismusbeitrag zweckgebunden in die kommunalen Haushalte ein. Die Gastgeber werden nicht zusätzlich

organisatorisch und finanziell belastet, sondern arbeiten mit einem eingeübten Verfahren.

## Zukunft ist gesund

Alle Optionen ausgeschöpft und selbst erschöpft? Dann ist Zeit für eine Ambulante Vorsorgeleistung. Das kompakte Vorsorgepaket ist seit Herbst 2021 wieder eine Pflichtleistung der Krankenkassen. Doch die Gesetzesänderung bleibt eine Farce, wenn nicht die weiteren – 30 Jahre alten – Rahmenbedingungen angepasst werden.

Das Positionspapier „Zukunft ist gesund“ des Hessischen Heilbäderverbandes zeigt auf, wie die Bürgerinnen und Bürger von der Wirkkraft der Natürlichen Heilmittel profitieren können und die Heilbäder und Kurorte in die Lage versetzt werden, eine wirtschaftliche Säule zu gestalten:

### Ambulante Vorsorgeleistungen

- Aus Ambulanten Vorsorgeleistungen nach § 23 SGB V sollen Ambulante Präventionsleistungen werden. Damit muss keine Grunderkrankung des Patienten vorliegen. Der Maßnahmenkatalog kann breiter aufgefächert und Krankheiten oder gesundheitliche Schädigungen vermieden, das Risiko der Erkrankung verringert oder ihr Auftreten verzögert werden.



- Die Zuzahlung der Krankenkasse zur Ambulanten Präventionsleistung soll Pflichtleistung der Krankenkassen und auf mindestens 30 Euro täglich festgeschrieben werden. Ab 2025 soll die Zuzahlung anhand des Lebenshaltungsindex jährlich angepasst werden.
- Ambulante Präventionsleistungen sollen von der Zuzahlung für Heilmittelverordnungen durch den Patienten befreit werden.
- Ambulante Präventionsleistungen sollen durch die Krankenkassen automatisch genehmigt werden, wenn der Antragsteller das 50. Lebensjahr erreicht hat.
- Die Verordnung des Hausarztes soll die alleinige Voraussetzung zur Bewilligung der Ambulanten Präventionsleistung werden. Eine Prüfung durch den Medizinischen Dienst (MD) entfällt.
- Die Aufenthaltsdauer für die Ambulanten Präventionsleistung soll auf die Bedürfnisse des Patienten ausgerichtet werden. Die minimale Aufenthaltsdauer von 21 Tagen bleibt bestehen.

### Covid-Nachsorge

Im Blickpunkt der Heilbäder und Kurorte in Hessen stehen auch die Folgen von Covid-Erkrankungen. Das Krankheitsbild ist vielschichtig und uneinheitlich. Um die Auswirkungen zu mildern und die Menschen in das Leben zurückzuführen, bedarf es gesetzlicher Vorgaben und finanzieller Mittel.

- Für die Entwicklung und Bereitstellung von Maßnahmen der Nachsorge von durch SARS-CoV-2 direkt und indirekt ausgelösten Erkrankungen sollen den Heilbädern und Kurorten Fördermittel zur Verfügung gestellt werden.
- Das Krankheitsbild Post Covid oder Long Covid muss als Indikation für stationäre und ambulante Behandlungen aufgenommen werden, um so Abrechnungen für die behandelnden Ärzte und Kliniken zu ermöglichen.

Wichtige Themen  
der Heilbäder  
und Kurorte

# Die Heilbäder und Kurorte in Zahlen

## Wirtschaftsfaktor Kur und Tourismus in den Heilbädern und Kurorten in Hessen

Kur und Tourismus sind die maßgeblichen Wirtschaftsfaktoren für die Heilbäder und Kurorte in Hessen. Sie aktivieren eine Vielzahl von Branchen und vervielfachen die Effekte, die sich in Form von Einkommen und Arbeitsplätzen ablesen lassen. 40.000 Menschen arbeiten hier – allein in der Gesundheitswirtschaft. Darüber hinaus profitieren mehrere 10.000 Menschen von der Aufgabenvielfalt im Tourismus.

Umso schwerer wiegen die Folgen der Corona-Pandemie und der Energiekrise. Allein in den Jahren 2020 und 2021 mussten jeweils rund 890 Millionen Euro Bruttoumsatz ausgeglichen werden. Das hat eine Studie des dwif, München, im Auftrag des Hessischen Heilbäderverbandes ergeben. Der Blick richtet sich deshalb noch stärker als bisher auf die Leistungsträger vor Ort, die Kur und Tourismus überhaupt erst möglich machen.

### Informationsverhalten

Die digitalen Medien sind für die Informationsbeschaffung die bevorzugten Quellen. Aufgrund der Altersstruktur der Gäste sind jedoch auch weiterhin Broschüren und telefonische Auskünfte stark nachgefragt.

### Marktbearbeitung

Zur Vermarktung ihrer medizinisch-therapeutischen Kompetenz sowie der neuen Angebote zur Marke DIE KUR setzen die Heilbäder und Kurorte in Hessen auf eine Cross-Media-Kampagne. Online- und Print-Medien zählen dabei ebenso zum Repertoire wie Präsentationen und Werbespots in unterschiedlichen Hörfunksendern.

Die Anfragen korrespondieren sowohl mit dem Anzeigenvolumen als auch mit der aktivierenden Werbung.

Jahr	Info-Pakete
2019	1.197
2020	1.578
2021	1.218
2022	1.021
2023	1.514

### Betriebe & Schlafgelegenheiten

Die nachfolgende Übersicht zeigt die Übernachtungskapazitäten in den Heilbädern und Kurorten auf:

Jahr	Betriebe	Schlafgelegenheiten
2019	755	57.354
2020	568	38.666
2021	693	55.047
2022	665	55.681
2023	662	56.393

Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Wiesbaden

### Aha!

Die Heilbäder und Kurorte in Hessen

- sind Kompetenz-Zentren für Vorsorge, Kuration und Rehabilitation
- sichern die Grundversorgung an Gesundheitsangeboten und sind regionale Versorgungszentren mit ausgezeichneter Infrastruktur
- sichern hochwertigen und gesunden Lebensraum für Gäste, und besonders für Bürgerinnen und Bürger
- stehen für nachhaltigen und aktiven Umweltschutz

### Schon gewusst?

23 der 30 Heilbäder und Kurorte in Hessen liegen im ländlichen Raum und sind Kristallisationskerne für ihre Regionen.

## Ankünfte und Übernachtungen

Die monatlichen Statistiken zu den Ankünften und Übernachtungen in Hessen liefern schnelle und zuverlässige Anhaltspunkte zur konjunkturellen Entwicklung des Beherbergungsgewerbes sowie über die Strukturen des Inlandtourismus.

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

\*in % zu 2019

In den Jahren 2020 und 2021 sind die Übernachtungen hauptsächlich in den Kliniken entstanden. Sie haben allerdings nicht die gewohnten Umsätze in den verbundenen Branchen (Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastgewerbe) ausgelöst. 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
2023	33.676.743	9.311.430	28

Die nebenstehende 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.

	2018	2019	2020	2021	2022	2023						
	Übernachtungen Ankünfte	Übernachtungen Ankünfte	Übernachtungen Ankünfte	Übernachtungen Ankünfte	Übernachtungen Ankünfte	Übernachtungen Ankünfte						
Bad Arolsen	65.424	140.925	66.783	142.228	44.137	102.324	34.404	86.749	52.924	113.427	55.699	108.282
Bad Camberg	17.036	175.743	15.190	162.363	9.910	160.610	9.210	154.140	12.830	162.795	12.798	167.022
Bad Emstal	16.340	38.139	15.325	39.069	10.055	26.928	9.109	27.228	13.151	34.779	15.036	40.890
Bad Endbach	10.983	60.825	11.230	57.234	7.052	44.814	6.657	43.379	9.523	53.158	9.307	49.444
Gersfeld (Rhön)	43.248	130.669	42.055	133.684	27.637	101.231	28.286	108.046	44.100	143.893	40.554	142.158
Grasellenbach	27.508	66.008	26.817	62.765	14.069	37.661	15.250	42.045	23.377	61.555	24.976	64.036
Herbststein	19.224	55.222	20.790	57.148	6.689	18.383	8.643	23.745	15.667	43.690	16.401	45.603
Bad Hersfeld	101.107	345.976	102.073	359.107	49.264	219.340	54.747	230.649	79.892	307.125	81.174	329.862
Bad Homburg v. d. H.	176.762	588.300	174.098	629.825	70.210	371.106	73.944	390.244	133.635	525.170	143.695	563.228
Bad Karlshafen	37.360	152.365	37.843	150.873	25.659	106.715	24.151	105.267	34.450	145.894	34.434	135.094
Kassel	533.093	930.854	562.392	1.015.754	185.408	506.159	250.004	496.634	460.541	891.131	496.928	878.629
Bad König	12.927	33.299	10.986	28.124	5.961	16.414	6.692	14.906	10.266	22.148	10.989	25.156
Königstein im Taunus	48.579	196.914	49.844	197.148	19.559	139.450	23.533	147.567	37.312	170.497	37.239	167.236
Lindenfels	16.746	100.147	16.790	97.697	8.114	48.273	9.287	59.033	15.274	77.767	14.335	90.596
Bad Nauheim	98.599	700.680	104.126	719.782	54.725	509.341	56.565	504.790	86.596	576.859	97.135	642.905
Naumburg	9.686	34.240	10.729	38.861	6.376	23.464	5.706	22.516	8.357	30.487	9.720	34.750
Neukirchen (Knüll)	15.284	39.193	15.060	38.855	9.527	21.492	8.889	22.993	11.973	30.846	15.405	37.164
Bad Orb	69.890	456.425	68.030	447.014	28.823	269.161	37.013	323.941	61.904	381.892	66.326	424.760
Bad Salzhausen	18.406	114.288	17.780	112.510	10.202	84.174	9.651	83.381	14.443	91.951	17.466	97.394
Bad Salzschlirf	42.344	218.907	45.115	212.036	22.016	134.661	26.611	147.911	37.361	169.283	42.480	201.732
Schlangenberg	19.836	93.665	20.290	90.922	9.922	65.744	7.974	60.685	10.709	64.382	15.035	76.381
Bad Schwalbach	14.433	216.580	12.544	219.171	6.639	135.580	7.121	158.669	8.588	172.208	9.156	189.011
Bad Soden am Taunus	74.920	171.820	64.785	160.681	24.537	68.945	22.099	76.564	41.418	113.391	47.581	130.583
Bad Soden-Salmünster	47.961	365.982	46.349	361.114	27.827	271.975	26.981	269.914	36.575	301.924	42.381	343.865
Bad Sooden-Allendorf	44.644	410.645	46.168	416.904	25.439	239.499	26.782	284.877	36.935	318.705	35.776	344.078
Bad Vilbel	25.865	58.478	23.957	55.827	13.533	41.685	14.965	43.263	34.566	77.353	43.236	117.067
Wiesbaden	580.346	1.251.424	591.775	1.278.891	256.218	654.564	262.767	671.834	495.264	1.110.254	585.781	1.337.702
Bad Wildungen	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	128.335	1.322.199
Willingen	382.318	1.024.382	389.900	1.038.318	200.585	580.889	178.769	535.507	338.509	917.500	404.702	1.042.536
Bad Zwesten	19.381	231.610	18.830	224.667	12.903	165.153	12.817	176.816	15.122	179.130	15.679	162.067
<b>Gesamt</b>	<b>2.726.370</b>	<b>9.840.001</b>	<b>2.767.805</b>	<b>9.997.664</b>	<b>1.281.063</b>	<b>6.273.343</b>	<b>1.344.398</b>	<b>6.433.123</b>	<b>2.302.072</b>	<b>8.530.590</b>	<b>2.569.759</b>	<b>9.311.430</b>

Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Wiesbaden





### Januar

- Deutscher Heilbäderverband
  - Abstimmungsgespräch
- Hessischer Heilbäderverband
  - Digitalstrategie
  - Neusta, Frederike Bründermann
- Marke DIE KUR
  - Innovationswerkstätten
  - Bad Endbach, Bad Salzschlirf
  - Bad Arolsen, Bad Karlshafen, Neukirchen, Willingen
  - KMTO, Michael Domsalla
- Bad Soden-Salmünster
  - Bürgermeister Dominik Brasch
- Grasellenbach
  - Bürgermeister Markus Röth
- Hessisches Wirtschaftsministerium
  - Abstimmungsgespräch
  - Lenkungsgruppe Tourismus
- FDP Hessen
  - Neujahrsempfang
- Agor AG, Lea Kaumanns
- Hessen-Mobil, Athanasios Katsaros



### Februar

- Deutscher Heilbäderverband
  - Geschäftsführerkonferenz
  - Ausschuss für PR & Kommunikation
- Hessischer Heilbäderverband
  - Vorstand
  - Ausschuss für Betriebswirtschaft
  - Ausschuss für Marke & Identität
- Marke DIE KUR
  - Markenfrühstück
- Bad Hersfeld
  - Markus Heide, Franziska Rothenaicher
- Bad Salzhausen
  - Marktanalyse Vital- und Gesundheitszentrum
- Hessischer Tourismusverband
  - Tourismuspolitische Konferenz
- Hessen Tourismus
  - Tourismusbeirat
  - AG Leisure
  - Datenflüsse



### März

- Deutscher Heilbäderverband
  - Geschäftsführerkonferenz
  - Ausschuss für PR und Kommunikation
- Hessischer Heilbäderverband & Heilbäderverband Baden-Württemberg
  - Gemeinsame Vorstandssitzung
- Hessischer Heilbäderverband
  - Fachausschuss für Prädikatisierung
- Marke DIE KUR
  - Strategieentwicklung
  - Markenfrühstück
- Bad Camberg
  - Kurdirektor Michael Sinn
- Hessisches Finanzministerium
  - Hilfspaket „Hessen steht zusammen“
- Hessen Tourismus
  - Jour fixe
  - Datenflüsse
- Hessischer Städtetag, Dr. Anja Wiesmeier
- Destination Wiesbaden Rheingau
  - Tourismusdialog StadtLand
- Deutsche Gästeführertagung
  - Vortrag Almut Boller
- IHK Frankfurt am Main
  - Ausschuss für Tourismus
- Deutsche Gesellschaft für das Badewesen, Professor Dr. Christian Kuhn



### April

- Deutscher Heilbäderverband
  - Ausschuss für Finanzen
- Hessischer Heilbäderverband
  - Ausschuss für Identität & Marke
  - Kassenprüfung
- Marke DIE KUR
  - Strategieentwicklung
- Königstein im Taunus
  - Neueröffnung Kur- und Stadtinformation
- Hessisches Wirtschaftsministerium
  - Lenkungsgruppe Tourismus
- Hessen Tourismus
  - Tourismusbeirat
  - Datenflüsse
  - Jour fixe
- DTV-Webinar
  - Pilotstudie „Lebensqualität & Tourismus“



### Mai

- Hessischer Heilbäderverband
  - Vorstand
  - Mitgliederversammlung
  - 19. Hessischer Kurtag
- Marke DIE KUR
  - Markenfrühstück
- Bad Zwesten
  - Verabschiedung Michael Köhler
- Hessisches Finanzministerium
  - Hilfspaket „Hessen steht zusammen“
- Regierungspräsidium Kassel, Prädikatisierungen
  - Grasellenbach
  - Bad König
  - Lindenfels
- Hessen Tourismus
  - Datenflüsse
  - FrankfurtRheinMain
  - Rhön
  - Vogelsberg
  - Spessart
  - Jour fixe
- HSGB, Bernd Klotz
- Grimmheimat Nordhessen
  - Parlamentarischer Abend
- Medical Network FrankfurtRheinMain
  - Vorstand
  - Bauer Advance, Sarah Lütters
  - Masterarbeit, Susanne Sakar



### Juni

- Deutscher Heilbäderverband
  - Geschäftsführerkonferenz
  - CDU-CSU Fachgespräch
- Hessischer Heilbäderverband
  - Verhandlungsrunde Kassen
  - Ausschuss für Identität & Marke
  - Ausschuss für Betriebswirtschaft
  - Digitalisierungsstrategie
  - Neusta, Frederike Bründermann
- Marke DIE KUR
  - Markenfrühstück
  - KMTO, Michael Domsalla
- Bad Camberg
  - Bürgermeister Daniel Rühl
- Hessisches Finanzministerium
  - Hilfspaket „Hessen steht zusammen“
- Hessisches Wirtschaftsministerium
  - Lenkungsgruppe Tourismus
- Hessen Tourismus
  - Jour fixe
  - Fachgruppe Data Hub
  - Datenflüsse
  - Odenwald
  - Taunus

*Vielfältig  
und spannend*





### Juli

- Deutscher Heilbäderverband
  - Vorstand
  - Ausschuss für Finanzen
- Hessischer Heilbäderverband
  - Vorstand
- Marke DIE KUR
  - Markenfrühstück
  - Angebotsentwicklung DIE KUR
- Kassel, Bad Wilhelmshöhe, Hubert Henselmann
- Neukirchen
  - Gesundheitstag
- Hessischer Tourismusverband
  - Mitgliederversammlung
- Hessen Tourismus
  - Tourismuspreis, Jury Sitzung
  - Performance Hub
- IHK Frankfurt am Main
  - Ausschuss für Tourismus
- Werkstatt
  - Ambulante Vorsorgeleistungen
- Landesvertretung Hessen in Berlin
  - Hessenfest
- Masterarbeit, Susanne Sakar



### August

- Deutscher Heilbäderverband
  - Vorstand
- Marke DIE KUR
  - Markenfrühstück
- Bad Soden-Salmünster
  - Kurparkfest
- Hessen Tourismus
  - Performance Hub
  - Jour fixe
- Radio harmony.fm



### September

- Hessischer Heilbäderverband
  - Vorstand
  - Mitgliederversammlung
  - Strategie „Recht & Gesetz“
- Marke DIE KUR
  - kur-in-hessen.de
  - Markenfrühstück
  - Rechtsanwalt Florian Dukic
  - hr, Sascha Best
  - Deutsche Journalisten Dienste Ina von Ah
- Bad Endbach
  - Jubiläum 50 Jahre „Bad“ Endbach
- Hessische Landesregierung
  - Parlamentarischer Abend
- Hessisches Gesundheitsministerium
  - Fachgespräch MDR
- Hessischer Städtetag
  - Dr. Jürgen Dieter
- Hessischer Landkreistag
  - Dr. Michael H. Koch
- Hessischer Tourismusverband
  - Tourismuspolitische Sprecher der Fraktionen
- Hessen Tourismus
  - Hessischer Tourismustag
  - AG Leisure
  - Performance Hub
  - Leitkampagne
- Tourcert
  - Seminar Nachhaltigkeitsmanagement im Tourismus



### Oktober

- Deutscher Heilbäderverband
  - Geschäftsführerkonferenz
  - Ausschuss für Begriffsbestimmungen
  - Ausschuss für Finanzen
  - Ausschuss für PR & Kommunikation
- Hessischer Heilbäderverband
  - Vorstand
  - Digitalisierungsstrategie Neusta, Frederike Bründermann
- Marke DIE KUR
  - Markenfrühstück
  - Markenstrategie
- Bad Nauheim
  - 11. Kneipp-Seminar
- Hessisches Wirtschaftsministerium
  - Ulrike Franz-Stöcker
- Hessisches Umweltministerium
  - Brigitte Rott
- Hessischer Tourismusverband
  - Vorstand



### November

- Deutscher Heilbäderverband
  - Deutscher Bädertag
  - Mitgliederversammlung
  - Geschäftsführerkonferenz
  - Ausschuss für Sozialrecht
  - Ausschuss für Begriffsbestimmungen
- Heilbäderverband Niedersachsen
  - Niedersächsischer Bädertag
- Hessischer Heilbäderverband
  - Vorstand
  - Mitgliederversammlung
- Marke DIE KUR
  - Markenfrühstück
  - Werkstatt Social Media und Foto
  - Zukunftswerkstatt, Bad Endbach
  - Antenne Mainz, Hin & weg Radioshow
- Bad König
  - 75-jähriges Jubiläum
- Kassel Bad Wilhelmshöhe, Lenkungsgruppe Kurkonzeption
- Neukirchen, Bürgermeister Marian Knauff
- Hessen Tourismus
  - Tourismusbeirat
- IHK Frankfurt am Main
  - Ausschuss für Tourismus



### Dezember

- Hessischer Heilbäderverband
  - Strategie „Recht & Gesetz“
- Marke DIE KUR
  - Markenfrühstück
- Bad Nauheim
  - Eröffnung Sprudelhof Therme
- Hessisches Wirtschaftsministerium
  - Lenkungsgruppe Tourismus
- Hessischer Tourismusverband
  - Mitgliederversammlung
- Hessen Tourismus
  - Leitkampagne
- Masterarbeit, Sophia Zodel





Die nächste Dimension

19. Hessischer KURtag

Auf dem Weg zur KURvision ist der Hessische KURtag alljährlich eine Quelle der Inspiration. Die gesellschaftsrelevante Betrachtungsebene gibt Impulse für den Alltag und macht Mut, sich für die gemeinsamen Ziele einzusetzen.

KURnatur

19. Hessischer KURtag

Donnerstag, 11. Mai 2023  
Willingen (Upland)

Begrüßung  
Michael Köhler  
Vorsitzender, Hessischer Heilbäderverband

Thomas Trachte  
Bürgermeister, Willingen

Vom Wert der Heilbäder und Kurorte in Hessen  
Dr. Philipp Nimmermann  
Staatssekretär  
Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen, Wiesbaden

Natur · Vertrauen  
Kraft und Weisheit aus der Schöpfung  
Pfarrer Christian Röbling  
Ev. Kirchengemeinde Willingen

Natur · Werk  
Der Mensch und das Wir  
Ina Distel  
Brainbirds, München

Natur · Sehnsucht  
Die neue Natürlichkeit  
Michael Domsalla  
KMT0, Bad Zwischenahn



Natur · berührt  
Vom Glück der Natur  
Martina Fischer  
Sennerin und Autorin, Bayrischzell

Natur · Spiel  
Mit der Kraft der Natur

Natur · Welten  
Von der Einheit von Natur und Kultur  
Gregor Maier M.A.  
Fachbereichsleiter Kultur, Hochtaunuskreis

Natur · Botschaft  
Wir fassen zusammen

Danke!  
Gemeinsam stark! Für die Ausrichtung des 19. Hessischen Kurtag und das großartige Miteinander gilt unser Dank Bürgermeister Thomas Trachte und Kurdirektor Norbert Lopatta. Herzlichen Dank sagen wir besonders Anette Buchholz – für die perfekte Vorbereitung, für die Umsicht und das unkomplizierte Miteinander. Es war uns eine Ehre.





# Die Natur muss gefühl<sup>\*</sup>t werden

Es gibt nur wenige Dinge im Leben, die so viel Kraft geben wie die Natur.  
Die heilsamen Elemente der Natur – Wasser, Wärme, Erde, Luft – und ihre Anwendung durch staatlich geprüfte Kurärzte und Coaches motivieren das innere Ich und machen es stark für Veränderungen.  
Entdecken Sie Ihren persönlichen Kompass für einen ganzheitlichen und natürlichen Lebensstil.  
[www.kur-in-hessen.de](http://www.kur-in-hessen.de)



*\*Alexander von Humboldt  
(1769 – 1859)*

## In der Mitte von Europa

Die Kur ist ein europäisches Phänomen, das in der Antike begründet wurde. Sie prägt die Heilbäder und Kurorte und ist der Kristallisationskern in der Entwicklung des Tourismus. Auf dieser Basis steht der Europäische Heilbäderverband – wohl wissend, dass sich im Laufe der Jahrhunderte die Kur in Europa durchaus unterschiedlich in den Qualitätsversprechen, Inhalten, Organisationsstrukturen und Finanzierungsmodellen entwickelt hat.

Der Europäische Heilbäderverband wurde in Wiesbaden mit der Zielsetzung gegründet, die Interessenvertretung mit Fokus auf die Gesetzgebung im Europäischen Parlament zu übernehmen. Denn gerade hier entstehen 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 der Heilbäder und Kurorte für die Errichtung und Unterhaltung von öffentlichen Kureinrichtungen.

In den vergangenen Jahren hat sich der Deutsche Heilbäderverband immer wieder dafür eingesetzt, dass sich der Europäische

Heilbäderverband endlich auf die Interessenvertretung fokussiert. Zum einen ist die politische Vertretung von hoher Bedeutung, zum anderen lässt der gesteckte finanzielle Rahmen des Verbandes keine weiteren Aufgaben oder gar Marketingaktivitäten zu.

Der Hessische Heilbäderverband wünscht sich eine starke Vertretung der Heilbäder und Kurorte in Europa. Die Qualitätsstandards des Deutschen Bäderwesens müssen endlich als Europäischer Qualitätsstandard anerkannt und die Interessen der Heilbäder und Kurorte auf der europäischen Ebene eingebracht werden. Dafür bedarf es eines Neustarts mit Partnern, die um die Werte der Heilbäder und Kurorte in Deutschland wissen.



*Tobias Weisbecker*

Tobias Weisbecker  
Bürgermeister, Bad Orb

## Daten & Fakten von heute für morgen

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. 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. Dabei setzen sie auf die Zusammenarbeit mit renommierten Unternehmen und auf Eigenrecherche. Ziel ist es, die betriebsinternen Daten zu ergänzen und die Heilbäder und Kurorte in ihren wirtschaftlichen Bestrebungen zu stärken.

Einen Schwerpunkt bildet alljährlich der Betriebsvergleich, der einen Überblick über die Situation der Heilbäder und Kurorte sowie deren Betriebe gibt. Im Berichtsjahr wurden die Daten 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.

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*

Markus Oberndörfer  
Bürgermeister und Kurdirektor,  
Bad Schwalbach

## Farben, Formen, Fakten

Die Heilbäder und Kurorte in Hessen setzen auf die Marke DIE KUR. In einem umfassenden Prozess gestalten sie den Wandel und begründen ihre Tradition neu. Sämtliche Marketingaktivitäten sind auf die Marke ausgerichtet, stärken sie und setzen die Alleinstellungsmerkmale der Heilbäder und Kurorte in Hessen in Szene.



Julian Schweitzer  
Bürgermeister a. D. Bad Endbach  
Vorsitzender des Ausschusses für  
Identität & Marke

## Ausschuss für Identität & Marke

Die Markensteuerung für die Marke DIE KUR ist im Ausschuss für Identität & Marke verankert. Der Fokus liegt dabei auf der Übersetzung der Markenidentität in die konkrete Ausgestaltung des Marketing-Mix.

Der Ausschuss traf sich 2023 zu

- 2 Sitzungen

## Marketing-Mix und Budget

Die 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, Wohnen und ländlicher Raum

## Leitmilieu

Das Milieu-Modell für Deutschland dient seit Anfang der 1980er Jahre der sozialwissenschaftlichen Gesellschaftsanalyse. Es beschreibt grundlegende Werteorientierungen ebenso wie Alltagseinstellungen zu Arbeit, Familie, Freizeit oder Konsum. Daraus lassen sich Gesellschaftsgruppen ableiten, die sich in der Lebensauffassung und Lebensweise ähneln.

Die Heilbäder und Kurorte orientieren sich am Milieu-Modell und haben daraus ihre Zielgruppe entwickelt.

## Leitmilieu der Heilbäder und Kurorte in Hessen

**Adaptiv-Pragmatisch**  
Leitmotiv: Gut geplante Schritte statt große Sprünge

Mit und für  
die KUR



## Markenkommunikation

Die Basis für Markenkommunikation bildet das Kommunikationskonzept. Es ist mit dem Ziel verknüpft, die Marke DIE KUR in den Zielgruppen zu verankern und das Image der Marke zu stärken.



## Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit „zahlt“ auf die Markenkommunikation ein. Sie stärkt das Vertrauen in die Heilbäder und Kurorte in Hessen und lädt ihr Image positiv auf. Dies gilt auch für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in krisenbelegten Zeiten. Zwar stehen dann die negativen Auswirkungen der jeweiligen Situation im Mittelpunkt, besonders aber Lösungsmöglichkeiten und das zukunftsgerichtete Handeln der Heilbäder und Kurorte zur Erfüllung ihrer gesamtgesellschaftlichen Aufgabe.

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

Gestärkt wird die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Hessischen Heilbäderverbandes durch die Kooperation mit Spaness – wellbeing work. life. travel und den Deutschen Journalisten Diensten.

### Spaness

Tanja Klindworth berichtet aus den Heilbädern und Kurorten in Hessen und erzählt dabei, wie gut ihr die Natürlichen Heilmittel tun. Mittlerweile hat sie zahlreiche Orte besucht, dazu gehören

- Bad Arolsen
- Bad Homburg v. d. Höhe
- Bad Wildungen
- Königstein im Taunus und viele mehr.

## Deutsche Journalistendienste (DJD)

Die Deutschen Journalistendienste platzieren Themen und Inhalte ganz nach Wunsch und vor allem in den Medien, die die Zielgruppe liebt.

- Freizeit für uns
- Freizeit für die Frau!

## ITB Berlin

Nach 3 Jahren Pause traf sich die Welt wieder zur ITB in Berlin. Die Heilbäder und Kurorte waren am Gemeinschaftsstand von Hessen Tourismus präsent.

## Dialog mit den Mitgliedern

Der Hessische Heilbäderverband knüpft starke Bande zu seinen Mitgliedern. Dafür legt er Kommunikationsströme sorgsam an, pflegt sie und baut sie aus. Das Leitbild dafür und für die Verbandskultur findet sich in der Marke DIE KUR.

Für die Entwicklung der Themen und Projekte setzt der Hessische Heilbäderverband auf einen Mix von Präsenz- und Onlineveranstaltungen. Mit neuen Kommunikationsräumen im internen Bereich der Website heilbaederverband-in-hessen.de sollen die Heilbäder und Kurorte in Hessen zukünftig jederzeit über relevante Informationen verfügen und so noch näher zusammenrücken.

## Dialog mit den Partnern

Der Hessische Heilbäderverband engagiert sich in einem vielschichtigen Netzwerk für die Heilbäder und Kurorte in Hessen. Im Fokus stehen dabei die Bereiche Tourismus, Wirtschaft und Politik.

### Tourismus

Der Hessische Heilbäderverband setzt auf den Dialog mit den touristischen Partnern. Darüber hinaus nutzt er das Tourismusnetzwerk Hessen und präsentiert auf der B2B-Plattform Informationen, Termine und Pressemitteilungen aus dem Kur- und Bäderwesen.

### Wirtschaft

Die Leistungsträger vor Ort sind für die Heilbäder und Kurorte in Hessen wichtige Partner, die über die lokale Ebene informiert werden. Das Wirken des Hessischen Heilbäderverbandes zielt besonders darauf, das kurörtliche Leistungsspektrum in Hotellerie, Gastronomie, Einzelhandel und Freizeitwirtschaft zu stärken.

### Politik

Die politische Kommunikation bildet einen Schwerpunkt in der Arbeit des Hessischen Heilbäderverbandes. Info-Briefe erläutern Zusammenhänge, stellen neue Projekte vor und zeigen Herausforderungen und Lösungsmöglichkeiten auf.

## Kommunikationsmedien

### In Balance

Wer das Magazin „In Balance“ aufschlägt, findet O-Töne von Experten, Gymnastikübungen und Rezepte. Die neue Ausgabe setzt die Heilbäder und Kurorte mit ihrer medizinisch-therapeutischen Kompetenz in Szene und lockt zu „kleinen Abenteuern“.

- In Balance - Magazin  
Beilage in den Gesamtausgaben der Frankfurter Neuen Presse sowie der Hessisch-Niedersächsischen Allgemeinen  
Gesamtauflage: 243.413 Exemplare



### Broschürenwelt

Die Broschürenwelt der Heilbäder und Kurorte in Hessen ist fokussiert und beinhaltet marken- und zielgruppengerecht aufbereitete Informationen:

### 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 Identität & Marke befasst sich intensiv mit möglichen Präsentationsformen und stellt einen markengerechten Marketing-Mix zusammen.

### Insertionskampagne

- Apotheken-Umschau
- PTA Women
- Naturapotheke

### Internetkampagne

- Liebswert Magazin
- Bild der Frau
- Funke Medien NRW
- Leitkampagne Hessen  
Google & Social Ads

### Rundfunk

- harmony.fm  
mit dem Themenschwerpunkt „In Balance“ und Verlinkung der Internetseiten [www.kurorte-in-hessen.de](http://www.kurorte-in-hessen.de) und [www.harmony.fm](http://www.harmony.fm) sowie Gewinnspiel

In Interviews stellten Mario Sattler von harmony.fm und Geschäftsführerin Almut Boller im September 2023 die Heilbäder und Kurorte in Hessen vor.

- hr3  
Im Oktober 2023 präsentierten die Heilbäder und Kurorte in Hessen das Wetter auf hr3.
- Antenne Mainz  
Im Gespräch nahmen Sandra Sembritzki und Geschäftsführerin Almut Boller ihre Zuhörer mit auf eine Reise durch die Heilbäder und Kurorte in Hessen.

## Ein Zeichen der Verbundenheit

Die 30 Heilbäder und Kurorte in Hessen zeigen sich in vielfarbigen Facetten und sind doch eine Gemeinschaft. Die Qualität spiegelt sich in ihrem Prädikat, die Verbundenheit in einer KURLiege und einer Skulptur.

### Bella

In den Farben der Heilbäder und Kurorte in Hessen begeistert seit Sommer 2020 Bella. Die von der Kasseler Künstlerin Eva Maria Frey geschaffene Skulptur steht für Lebensfreude. Kein Wunder, dass sie mittlerweile ein gefeiertes Fotomodell ist.

### KURLiege

Rückenergonomisch geformt, bietet die KURLiege einen besonderen Platz der Erholung. Das aus heimischen Hölzern gestaltete Möbelstück entstand in Zusammenarbeit mit der Möbel-Schreinerei Kunz und dem Entwickler Team Dr. Maria Banzer und Professor Dr. Winfried Banzer, Königstein im Taunus.



### Danke!

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

### Foto-Archiv

Die Heilbäder und Kurorte in Hessen werden durch Profi-Fotograf Heiko Rhode in Szene gesetzt. Die Bildwelt folgt dem Markenkonzept und trägt zur Stärkung der Marke DIE KUR bei.

## Digitale Transformation

Die Heilbäder und Kurorte in Hessen zielen auf die digitale Transformation und wirken darauf hin, Gästeerlebnisse sowie Geschäftsmodelle und betriebliche Prozesse zu digitalisieren. Mit dem Strategiefeld „Digitale Sichtbarkeit“ und der konsequenten Umsetzung trägt der Hessische Heilbäderverband diesem Entwicklungsprozess Rechnung. In einem Zukunftspapier hat der Hessische Heilbäderverband eine „Digitale Vision“ erstellt.

## Datenbank

Das kurspezifische Leistungsprofil und die kurörtlichen Angebote werden in der Datenbank des Hessischen Heilbäderverbandes strukturiert erfasst. Herzstück des Datenspeichers ist der Kategorienbaum, der speziell für die Bedürfnisse der Heilbäder und Kurorte entwickelt wurde. Damit können die medizinisch-therapeutischen Kompetenzen einschließlich der touristischen Angebote in der digitalen Welt sichtbar gemacht und professionell vermarktet werden.

Die Daten werden im Einklang mit den touristischen Partnern zusammengestellt und verarbeitet.

## Internet

Der Hessische Heilbäderverband betreibt drei marken- und zielgruppengerechte Websites, die durch das Hessische Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr, Wohnen und ländlichen Raum gefördert wurden:

### Basis

[www.kurorte-in-hessen.de](http://www.kurorte-in-hessen.de)  
Umfassende Präsentation der Heilbäder und Kurorte in Hessen mit ihren medizinisch-therapeutischen Kompetenzen einschließlich der Indikationen, Kliniken, Praxistipps und vielem mehr sowie der touristischen Angebotsstrukturen. Dafür schafft der Hessische Heilbäderverband ein vertrauensvolles Umfeld, in dem Gäste sich auf ihre Bedürfnisse konzentrieren können.

### Premium

[www.kur-in-hessen.de](http://www.kur-in-hessen.de)  
Die neuen, exklusiven Angebote zur Marke DIE KUR präsentieren die Heilbäder und Kurorte in Hessen auf der Website kur-in-hessen.de. Sie macht die Marke DIE KUR sichtbar und zeichnet das neue Bild der Kur-Kultur. Die medizinisch-therapeutische Kompetenz sowie die touristische Angebotsstruktur werden ergänzt und markengerecht präsentiert.

### Plus

[www.heilbaederverband-in-hessen.de](http://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 Netzwerke

### Facebook & Co.

Der Hessische Heilbäderverband nutzt Soziale Netzwerke für die markengerechte Präsentation der Heilbäder und Kurorte in Hessen. Dabei konzentriert er sich auf Facebook, die Präsentationen auf LinkedIn und YouTube werden ausgebaut und zukünftig stärker bespielt.

### Facebook

- Heilbäder und Kurorte in Hessen für Gäste und Freunde
- Hessischer Heilbäderverband für Mitglieder und Partner

### LinkedIn

- Hessischer Heilbäderverband

### YouTube

- Die Kur
- Heilbäder & Kurorte in Hessen

## Film

Die Markenkommunikation wird durch Filme gestützt, die durch die Agentur Weltberg, Kassel, umgesetzt wurden.

- Hauptfilm inklusive 3 Kurzfassungen
- Film Bella

## Qualitätssicherung

In der Tradition der Kur in Hessen finden sich Stabilität und Sicherheit. Äußeres Zeichen dafür ist das Prädikat, das in regelmäßigen Abständen überprüft wird. Es steht für die Qualität der Heilbäder und Kurorte in Hessen und die Kompetenz in Prävention, Kuration und Rehabilitation. Der Mensch profitiert von der Erfahrung, der modernen Medizin-Therapie und der qualitativollen Vielfalt zur Stärkung und zum Wiederaufbau der Gesundheit.

### Die Prädikate

Die „Begriffsbestimmungen/Qualitätsstandards des Deutschen Heilbäderverbandes für Heilbäder und Kurorte, Luftkurorte, Erholungsorte sowie für Heilbrunnen und Heilquellen“ sind das international anerkannte Zeichen für die nachgewiesene Qualität der Heilbäder und Kurorte in Deutschland. Nur die Orte, die diese hohen Ansprüche erfüllen, dürfen das Prädikat „Heilbad“ oder „Kurort“ tragen.

### Erfolgreich bestanden

Die folgenden Prädikate wurden 2023 verliehen:

**Heilbad**  
Bad Arolsen  
Bad Soden-Salmünster  
Bad Sooden-Allendorf

**Heilklimatischer Kurort**  
Lindenfels

**Erholungsort**  
Grasellenbach - Scharbach  
Grasellenbach - Wahlen

## Hessischer Fachausschuss für Kurorte, Erholungsorte und Tourismusorte

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



## Qualität kompakt

Die Initiative „Qualität kompakt“ bündelt die Zertifizierungssysteme und bietet für die Leistungsträger passgenaue Beratung aus einer Hand:

- Hotel-Sterne
- Hessen à la carte
- Reisen für Alle
- 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, Wohnen und ländlichen Raum.





## Gemeinsam einfach besser

Gemeinschaft stärkt Identität und verbindet uns mit anderen. 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. Um ihre Positionen darzustellen und zu sichern, initiiert der Bundesverband Gespräche mit den Vertretern aus Politik und Wirtschaft und wirkt darüber hinaus in verschiedenen Gremien mit. Dazu zählen unter anderem die Deutsche Zentrale für Tourismus oder das Kompetenz-Zentrum für Tourismus.

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

**Für Hessen im Vorstand des Deutschen Heilbäderverbandes**  
Ralf Gutheil,  
Bürgermeister, Bad Wildungen

### Die Ausschüsse des Deutschen Heilbäderverbandes mit ihren hessischen Vertretern

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

**Europa-Angelegenheiten**  
Tobias Weisbecker,  
Bürgermeister, Bad Orb

**Finanzen, Wirtschaft und Strukturen**  
Günter Göpfert,  
Wiesbaden  
Almut Boller,  
Geschäftsführerin, Wiesbaden

**Geschäftsführerkonferenz**  
Almut Boller (Vorsitz),  
Geschäftsführerin, Wiesbaden

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

**Sozialrecht**  
Frank Hix,  
Bürgermeister, Bad Sooden-Allendorf

**Projektteam Digitales**  
Almut Boller (Vorsitz),  
Geschäftsführerin, Wiesbaden

### Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Wohnen und ländlichen Raum

Die Themen, die das Hessische Wirtschaftsministerium und den Hessischen Heilbäderverband zusammenführen, sind vielfältig. Dazu gehören der Tourismuspolitische Handlungsrahmen, der Strategische Marketingplan oder auch Förderprogramme für Heilbäder und Kurorte.

### Hessisches Ministerium für Landwirtschaft und Umwelt, Weinbau, Forsten, Jagd und Heimat

Die Strategie für den Tourismus im Ländlichen Raum und deren Umsetzung führt zum Hessischen Umweltministerium.

### Hessisches Ministerium der Finanzen

Im Mittelpunkt der Beratungen mit dem Hessischen Finanzministerium stehen die Zuweisungen zu den Belastungen der Heilkurorte sowie die Sonder-Zuweisungen, um die Auswirkungen der Corona- und Energiekrise abzufedern.

### Hessisches Ministerium für Familie, Senioren, Sport, Gesundheit und Pflege

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

### Hessischer Städte- und Gemeindebund

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

### Hessischer Städtetag

Hessischer Städtetag und Hessischer Heilbäderverband verbindet ein regelmäßiger Informationsaustausch.

### Hessen Tourismus

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

### Hessischer Tourismusverband

Das gemeinsame Ziel des Hessischen Tourismusverbandes und des Hessischen Heilbäderverbandes ist es, die Bedeutung von Kur & Tourismus in den Bereichen Politik, Wirtschaft und Medien weiter zu erhöhen.

### Tourismus Management Hessen

Die Tochtergesellschaft des Hessischen Tourismusverbandes begleitet die strategischen Prozesse im Tourismus und ist für die Umsetzung des Tourismuspolitischen Handlungsrahmens sowie der Strategie für den Tourismus im Ländlichen Raum verantwortlich.

### Medical Network FrankfurtRheinMain

Der Themenkomplex „Medizintourismus auf ausländischen Märkten“ steht im Fokus von Medical Network FrankfurtRheinMain, zu dessen Gründungsmitgliedern der Hessische Heilbäderverband zählt.

### Vereinigung für Bäder- und Klimakunde

Die Vereinigung für Bäder- und Klimakunde e.V. befasst sich mit der Kurortwissenschaft. Dazu organisiert sie einen regelmäßigen Austausch zur experimentellen und klinischen Forschung sowie zu ärztlichen und therapeutischen Anwendungen.

### 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 medizinischer Vorsorgeleistungen gem. § 23 Abs. 2 SGB V.

### JHK Frankfurt am Main und Kassel-Marburg

Gemeinsam mit ihren Mitgliedsunternehmen setzen sich die IHKs für die vielfältigen Belange der Wirtschaft in ihren Regionen ein.

### Balneologische Bibliothek

Das Zentrum der Bäderwissenschaft ist zweifelsohne das nordhessische Bad Wildungen. Über 6.000 Publikationen aus und über das Kur- und Bäderwesen zählen zu dem Wissensschatz aus Fachbüchern und -publikationen, Zeitungen und Zeitschriften, aber auch Plakaten 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

## Kreativzentrum

Ein Loft in Wiesbaden ist das Herzstück des hessischen Kur- und Bäderwesens. Auf rund 70 m<sup>2</sup> wird geplant, entwickelt und umgesetzt, verworfen, neu gedacht und gemeinsam angepackt. Gleich nebenan öffnet sich die Tür zum Deutschen Heilbäderverband, der hier im Oktober 2021 eingezogen ist. Ziel der Bürogemeinschaft 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 2026

## Der Vorstand im Geschäftsjahr 2023

**Vorsitzender**  
Ralf Gutheil  
Bürgermeister, Bad Wildungen

### Stellvertretende Vorsitzende

Günter Göpfert  
Wiesbaden

Holger Reuter  
Kurdirektor, Bad Homburg v. d. Höhe

**Beisitzer**  
Frank Hix  
Bürgermeister, Bad Sooden-Allendorf

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 Identität & Marke

Julian Schweitzer (bis 7. Januar 2024)  
Bürgermeister a. D., Bad Endbach

### Vorsitzender des Ausschusses für Betriebswirtschaft

Markus Oberndörfer  
Bürgermeister, Bad Schwalbach

## Identität & Marke

Werner Eger, Bad König  
Nina Fremder, Bad Karlshafen\*  
Johannes Gruber, Bad Endbach  
Katja Heiderich, Bad Homburg v. d. Höhe  
Jörg Hormann, Königstein im Taunus\*  
Ute Kühlewind, Bad Wildungen  
und Reinhardshausen  
Jens Lüdecke, Bad Sooden-Allendorf  
Harald Hock, Bad Nauheim  
Stefan Ziegler, Bad Soden-Salmünster  
\* bis 30. März 2024

## Betriebswirtschaft

Günter Göpfert, Wiesbaden  
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**  
Almut Boller, Laura Blechschmidt,  
Johanna Jung, Birte Wershoven

## Immer weiter

Die vergangenen Jahre haben uns deutlich gezeigt, dass nichts auf dieser Welt selbstverständlich ist. Gesundheit, Freiheit und Leben in friedlicher Gemeinschaft sind hart erarbeitet und müssen mehr denn je geschützt werden.

Durch alle Höhen und Tiefen gehen wir gemeinsam mit großartigen Menschen, die sich engagiert und umsichtig für die Heilbäder und Kurorte in Hessen einsetzen, die ein offenes Ohr für unsere Sorgen und Nöte haben und die den Mut haben, mit uns neue Wege zu gehen. Dafür sagen wir ein einziges, einfaches und ehrliches

DANKE.



23.11.1949 – 19.09.2023  
Die Hessische Bäderfamilie verneigt sich voll Respekt und Dankbarkeit vor Ihrem Ehrenvorsitzenden Ronald Gundlach, der sie treu und verlässlich begleitet hat.

## Ehrenvorstandsmitglieder

**Lothar Büttner**  
Bürgermeister a. D.  
Bad Soden-Salmünster

**Albin Galandt**  
Kurgeschäftsführer a. D.  
Bad Salzschlirf

**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.  
Schlangenbad

**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  
Markus Oberndörfer, Ausschuss für  
Betriebswirtschaft  
Tobias Weisbecker, Sprecher für Europa-  
Angelegenheiten

PS:  
Ein Jahr ist angefüllt mit 365 spannenden und interessanten Tagen, großen und kleinen Ereignissen und Erlebnissen. Zusammen ergeben sie ein Stück Geschichte, die dieser Geschäftsbericht widerspiegelt. Aber wie so oft in der Geschichte, kann auch dieser Geschäftsbericht nur unvollständig sein.

### Fotos

Heiko Rhode S9, S10, S11, S16m, S17l, S19, S20, S26, S27, S29, S30, S31,  
Almut Boller S2, S6, S7, S14l, S14m, S15, S16l, S28, Yvonne Heider S2mu,  
Paul Schneider, Hessische Staatskanzlei S3,  
K. Jäger S4, Birte Wershoven S5, 16r,  
Kurgesellschaft Bad König S8,  
Herbert Lang S14r,  
Hessischer Tourismusverband S16r,  
Privat S17m, Daniel Böth Fotodesign S24,  
Günter Standl DZT S25,  
Laura Blechschmidt S30u

*Viele Menschen  
– ein Verband*



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



**DIE KUR**  
Heilbäder und Kurorte in Hessen

