



Geschäftsbericht

2019

Im Hier und Jetzt





Funktion · Dimension · Inspiration

Hessens Heilbäder und Kurorte sind ein bedeutender Wirtschaftsfaktor. Sie geben rund 40.000 Menschen Arbeit und stehen für weit über 2,2 Milliarden Euro Bruttoumsatz. Über 10 Millionen Übernachtungen und 31 Millionen Tagesbesucher tragen alljährlich zur Wertschöpfung und zur Bekanntheit der hessischen Regionen bei. Davon profitieren im besonderen Maße die Landschaften außerhalb der Metropolen. Als Kompetenzzentren für Vorsorge, Behandlung und Rehabilitation sind die Kurorte und Heilbäder gleichzeitig unverzichtbare Teile des Gesundheitssystems.

Ich bin deshalb sehr froh, dass die Heilbäder und Kurorte ständig an ihrer Zukunftsfähigkeit arbeiten. Mit der Neubegründung ihrer Marke DIE KUR gelingt ihnen die Verbindung zwischen Tradition und Moderne, Land und Stadt, Bürgern und Gästen. Dieses mutige Konzept ist 2019 mit dem Ehrenpreis des Hessischen Tourismuspreises ausgezeichnet worden.

Die Hessische Landesregierung ist sich der Bedeutung der Heilbäder und Kurorte bewusst und begleitet sie auf ihrem Weg in die Zukunft. Deshalb hat sie die kur-spezifische und touristische Infrastruktur seit dem Jahr 2000 mit durchschnittlich zwei Millionen Euro pro Jahr gefördert und damit wiederum Investitionen von rund 90 Millionen Euro ausgelöst. Der hohe Stellenwert der Heilbäder und Kurorte zeigt sich darüber hinaus in der Erhöhung der „Zuweisung für Heilkurorte“ von 11,5 auf 13 Millionen Euro pro Jahr.

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

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



Die neue KURzeit beginnt

Mit der KURrevolution hat für die Heilbäder und Kurorte in Hessen die neue KURzeit begonnen. Die starke Gemeinschaft will aus sich heraus das Kur- und Bäderwesen gestalten und auch in Zukunft starker und verlässlicher Partner der Gesellschaft sein – offen, vertrauensvoll und ehrlich.

Zukunft in Europa

Die Kurtradition prägt vielgestaltig die Heilbäder und Kurorte in ganz Europa. Geschichte, Entwicklung und Gesetzgebung zeichnen heute verantwortlich für unterschiedlichste Strukturen. Die Zusammenführung der Konzepte in Verbindung mit dem hohen Qualitätsanspruch, der einzig auf den Begriffsbestimmungen des Deutschen Heilbäderverbandes beruhen kann, ist eine enorme Herausforderung. Gerade deshalb gilt es, die Interessen der deutschen Heilbäder und Kurorte auf der europäischen Ebene einzubringen und zu sichern.

Bewusst tragen die Heilbäder und Kurorte in Hessen die Entscheidung mit, die Mitgliedschaft im Europäischen Verband durch den Deutschen Heilbäderverband sicherzustellen – immer unter der Voraussetzung, dass die zugesagte Leistung auch geliefert wird. Dies gilt umso mehr, da Beitragszahlungen der Partner ausstehen und die Fortführung des Zusammenschlusses langfristig nicht gesichert ist.

Zukunft in Deutschland

Die Heilbäder und Kurorte in Deutschland sind ihrer Tradition verpflichtet, in deren Zentrum die MENSCHEN stehen. Rund 200 Millionen Aufenthaltstage werden jährlich von Gästen gezählt, die auf die hohe medizinische Kompetenz in einem natürlichen Umfeld sowie die ausgezeichnete Infrastruktur vertrauen. Mehr als 260 Milli-

onen Tagesreisende nutzen kurspezifische Angebote. Gerade im ländlichen Raum werden hochwertige und vor allem nicht exportierbare Arbeitsplätze im Bereich Kur & Tourismus benötigt. 500.000 Menschen beziehen hierdurch ihr Primäreinkommen. Sie alle geben den Heilbädern und Kurorten in Deutschland eine herausragende Bedeutung, deren sich alle Partner im Deutschen Heilbäderverband bewusst sein müssen.

Der Hessische Heilbäderverband wirbt ausdrücklich darum, den Heilbädern und Kurorten in Deutschland eine starke Vertretung auf der Bundesebene in Politik, Wirtschaft und Tourismus zu geben.

Das bedeutet auch, dass sich die Heilbäder und Kurorte mehr wieder auf ihren Kern konzentrieren und ihn zu einem Teil ihrer selbst werden lassen müssen. Die Voraussetzungen, um das Kur- und Bäderwesen langfristig zu sichern und zukunftsfähig zu gestalten, sind sehr gut. Nie zuvor war der Trend zur ganzheitlichen Heilung so deutlich zu spüren. Die Heilbäder und Kurorte in Deutschland müssen jetzt zusammenstehen. Wir müssen mit einer Stimme sprechen, um zielgerichtet, klar strukturiert und hoch professionell auf dem 1. und 2. Gesundheitsmarkt zu agieren.

Der Hessische Heilbäderverband hat sich wohl überlegt dafür entschieden, weiterhin im Deutschen Heilbäderverband mitzuwirken und die Neugestaltung voranzutreiben. Nach einem erneut sehr schwierigen Jahr, in dem wir gerade eine personelle Entscheidung nicht mitgetragen haben, müssen die Heilbäder und Kurorte in Hessen über die Fortführung der Mitgliedschaft beim DHV entscheiden. Durch eine verstärkte Zusammenarbeit auf Fachebene mit einzelnen Landes- und Fachverbänden wollen wir unseren Beitrag dazu leisten, das Kur- und Bäderwesen zu stärken. Die Themen, die uns mit den



Partnern aus ganz Deutschland verbinden, sind vielfältig: Allein die badeärztliche Versorgung bedarf zukunftsgerichteter Konzepte, denn – um es kurz und knapp zu sagen – ohne Badearzt kein Prädikat. Es muss gründlich geprüft werden, wie Ärzte auf dem Weg zum Facharzt gefördert werden können. Wir brauchen schnelle, effektive und nachhaltige Lösungen und zwar sofort.

In einer sehr intensiven Zusammenarbeit hat sich der Ausschuss für PR & Kommunikation mit der Marke DIE KUR auseinandergesetzt. Die neu begründete Tradition kann die Basis für die Gestaltung des Kur- und Bäderwesens sein, die wir letztendlich selbst in die Hand nehmen müssen. Wir wünschen uns dafür einen Bundesverband, in den sich alle Heilbäderverbände der Bundesländer sowie Fachverbände offen, engagiert und mutig auf Augenhöhe begeben und einbringen.

Wir danken für die sehr gute Zusammenarbeit der Präsidentin des Deutschen Heilbäderverbandes, Brigitte Goertz-Meissner, der wir weiterhin unsere Unterstützung zusagen. Unser Dank für das gute Miteinander gilt zudem den engagierten Mitarbeiterinnen der Geschäftsstelle Anke Güttler, Dr. Sabine Meissner und Sandra Hilzinger sowie Claudia Becker.

Zukunft in Hessen

Die neue KURzeit beginnt jetzt. Die Heilbäder und Kurorte Hessen gestalten den Wandel aus sich heraus. Kreativ und zukunftsgerichtet entwickeln sie Ideen, gestalten Kureinrichtungen, bauen Thermen und verstehen die Digitalisierung als Chance. Die Verantwortlichen sind sich bewusst, dass die Herausforderungen nur gemeinsam getragen und gelöst werden können. In diesem Sinne agiert der Hessische Heilbäderverband als verlässlicher Partner, der sich für und mit den Heilbädern und Kurorten einsetzt und die Chan-

cen für die Zukunft auslotet. Der Wunsch aller, das Beste für die Heilbäder und Kurorte und den Hessischen Heilbäderverband zu erzielen und das respektvolle Miteinander führen dazu, dass auch ungewöhnliche Lösungswege gegangen werden können. Wir sind dankbar für alle, die uns so positiv begleiten, die für uns wirken und mit uns gestalten. Sie waren und sind für uns ein Glücksfall.

Die Stärke der Heilbäder und Kurorte in Hessen liegt auch in ihrem Mut. Bewusst haben wir vor einigen Jahren die Entwicklung der Marke DIE KUR angestoßen und auf die Neu-Begründung unserer Tradition gesetzt. Mit Blick auf die gesellschaftliche Entwicklung und auf die Forschungsergebnisse, die unser Zeitalter im Fokus der ganzheitlichen Heilung sehen, war und ist das der richtige Schritt, um das hessische Kur- und Bäderwesen zu gestalten. Gemeinsam freuen wir uns über die spannungsgeladene Entwicklung und die ersten Erfolge. Einer davon ist der Ehrenpreis des Hessischen Tourismuspreises, den wir sehr bewusst gemeinsam mit vielen Vertreterinnen und Vertretern der Heilbäder und Kurorte in Hessen entgegengenommen haben.

Wir wollen diesen Weg mit Ihnen gemeinsam weiter gehen und die Marke DIE KUR in den schönsten Farben strahlen lassen. Unser aller Engagement trägt dazu bei, den Heilbädern und Kurorten in Hessen eine Vision zu geben. Wir dienen unseren Bürgerinnen und Bürgern, unseren Gästen und den Menschen, die in und für die Heilbäder und Kurorte leben.

Gemeinsam mit Ihnen wollen wir deshalb auf rechtliche Rahmenbedingungen einwirken, Wirtschaftsprozesse anstoßen und das kurspezifische sowie touristische System formen. Dafür sind wir bereit, auch mehr Verantwortung zu übernehmen.

Der Hessische Heilbäderverband ist froh und dankbar für die gute Zusammenarbeit, die ihn mit seinen vielen Partnern verbindet. Unser besonderer Dank gilt dem Hessischen Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Energie und Wohnen mit Staatsminister Tarek Al-Wazir sowie Staatssekretär Dr. Philipp Nimmermann. In unseren Dank schließen wir ausdrücklich Referatsleiterin Ulrike Franz-Stöcker, Ute Hellberg und Edeltraud Schindler mit ein. Wir freuen uns über sehr gute Verbindungen zum Hessischen Umweltministerium sowie zum Sozialministerium, die uns in den verschiedensten Themenfeldern kompetent zur Seite stehen.

Mein herzlicher Dank gilt der hessischen Bäderfamilie und all jenen, die sich für die Heilbäder und Kurorte in Hessen einsetzen, allen Vorstandsmitgliedern und Ausschussvorsitzenden, allen Mitgliedern, Partnern und Freunden.

Die KURvision wird Wirklichkeit.



Michael Köhler
Vorsitzender des
Hessischen Heilbäderverbandes e.V.

Der Hessische Heilbäderverband

Der Wirkungskreis

Das Spektrum des Hessischen Heilbäderverbandes umfasst alle Tätigkeiten, Aufgaben, Planungen und Aktionen, die im engeren und weiteren Zusammenhang mit dem Arbeitsfeld „Kur- und (Gesundheits-)tourismus“ im Land Hessen stehen. Die zentralen Aufgaben sind die

Interessenvertretung im Bund, im Land und in den Regionen sowie die Markenführung „DIE KUR“ für die Heilbäder und Kurorte in Hessen.

Der Verband vertritt alle 30 Heilbäder und Kurorte in Hessen. Die Bäderspezialisten treffen sich jeweils im Frühjahr und im Herbst eines jeden Jahres zu ihren Versammlungen, die sich zu wertvollen Informationsbörsen entwickelt haben.

Der Vorstand des eingetragenen Vereins setzt sich aus dem Vorsitzenden, zwei stellvertretenden Vorsitzenden, vier Beisitzern und den Ausschuss-Vorsitzenden zusammen. Die Kandidaten stellen sich in einem dreijährigen Turnus zur Wahl.

Gründung:
1947

Mitglieder:
30 Heilbäder und Kurorte in Hessen

Aufgaben-Schwerpunkte:
Interessenvertretung
Markenführung DIE KUR

Mitgliederversammlungen:
Frühjahr und Herbst

Neuwahlen zum Vorstand:
März 2020

Die Wilhelmstraße 18

Mit der Einrichtung einer eigenständigen Geschäftsstelle in der Landeshauptstadt Wiesbaden hat sich der Hessische Heilbäderverband entscheidend weiterentwickelt. Das Büro in direkter Nähe zum historischen Kureck und zum Hessischen Landtag ist Dreh- und Angelpunkt für die vielfältigen Aufgaben und gleichsam Ideenschmiede für zahlreiche Projekte. Auf rund 68 m² wird engagiert diskutiert, geplant, verworfen, neu überlegt und gestaltet.

Miteinander und füreinander: Für die vertrauensvolle und sehr gute Zusammenarbeit danken wir Martin Michel, Geschäftsführer der Wiesbaden Congress & Marketing GmbH, unserem stellvertretenden Vorsitzenden Günter Göpfert und ihren Teams.



Der Vorstand im Geschäftsjahr 2019

Vorsitzender

Michael Köhler, Bürgermeister
Bad Zwesten

Stellvertretende Vorsitzende

Günter Göpfert,
Stellvertretender Betriebsleiter
der TriWiCon Wiesbaden

Martin Hußmann, Bürgermeister
Bad Schwalbach

Beisitzer

Ralf Gutheil, Bürgermeister
Bad Wildungen

Katja Heiderich, Geschäftsführerin
Bad Nauheim

Thomas Trachte, Bürgermeister
Willingen

Stefan Ziegler, Kurdirektor
Bad Soden-Salmünster

Sprecher für Europa-Angelegenheiten

Dr. Dirk Thom, Kurdirektor
Bad Orb

Vorsitzender des Ausschusses für Marke & Identität

Julian Schweitzer, Bürgermeister
Bad Endbach

Vorsitzender des Ausschusses für Betriebswirtschaft

Holger Reuter, Kurdirektor
Bad Homburg v. d. Höhe

Marke & Identität

Vorsitzender

Julian Schweitzer, Bürgermeister
Bad Endbach

Albert Döbele, Bad Endbach
Werner Eger, Bad König
Ute Kühlewind, Bad Wildungen
und Reinhardshausen
Jörg Peters, Bad Salzschlirf
Roswitha Röber, Schlangenbad
Clara Schmidtke, Bad Schwalbach
Kerstin Schneekloth, Bad Nauheim
Stefan Ziegler, Bad Soden-Salmünster

Betriebswirtschaft

Vorsitzender

Holger Reuter, Kurdirektor
Bad Homburg v. d. Höhe

Albert Döbele, Bad Endbach
Günter Göpfert, Wiesbaden
Bernd Grebe, Bad Endbach
Gabriele Hager, Bad Salzschlirf
Katja Heiderich, Bad Nauheim
Michael Lehrbacher, Bad Soden-Salmünster
Pia Siebert, Bad Zwesten
Roland Weiß, Bad Orb

*Viele Menschen
– ein Verband*

Geschäftsführung

Geschäftsführerin

Almut Boller



Geschäftsstelle

Claudia Schmidt
Birte Wershoven



Balneologische Bibliothek

Weit über 6.000 Publikationen zur Bäderwissenschaft sowie zur Kur- und Rehabilitationsmedizin finden sich in der Balneologischen Bibliothek in Bad Wildungen. Das alte Burgmannenhaus der Rudolf-Lorenz-Stiftung beherbergt damit eine der herausragendsten Sammlungen an Schriften und Büchern zu diesem Themenspektrum. Ergänzt wird sie durch das Bad Wildunger Kurarchiv, das ebenfalls in den Räumen zu Hause ist.

Für diese nahezu einzigartige Einrichtung legte Professor Dr. Klaus-Ludwig Schmidt von der Justus-Liebig-Universität Gießen einst den Grundstein. Hochwertige Stif-

tungen des Europäischen Heilbäderverbandes, des Deutschen Heilbäderverbandes, der Sammlung der Balneologischen Forschungsstelle Dr. Wiesner aus Bad Soden am Taunus und des Department of Chemistry & Biology an der Hochschule Fresenius in Idstein sind wichtige Bausteine des Gesamtkonzeptes. Mit dem weiteren Aufbau des Buchbestandes und vor allem mit der Digitalisierung der Unterlagen soll die Balneologische Bibliothek weiter an Bedeutung gewinnen.

Unser herzlicher Dank gilt der Stadt Bad Wildungen und Bernhard Weller – gerade seine Kompetenz und sein Engagement sind Garant für die hohe Qualität der Balneologischen Bibliothek.

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

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

Ansprechpartner:
Bernhard Weller
Leiter der Städtischen Museen

Der Hessische Heilbäderverband

16. Hessischer Kurtag in Bad Karlshafen

Die Zeit war das zentrale Thema des 16. Hessischen Kurtages, der am Donnerstag, dem 4. April 2019 in Bad Karlshafen stattfand. Dem Branchentreff des Kur- und Bäderwesens lagen zwei Gedanken zu Grunde, die die Menschen berühren. Denn Zeit, so spannend und interessant sie ist, so flüchtig und unfassbar ist sie auch. Stunden, Minuten und Sekunden zerfließen und die Frage nach dem, was bleibt, ist offen.

Die Kurspezialisten beschäftigten sich deshalb mit der Frage, wie aus der Zeit mehr Leben gewonnen werden kann? Gleichzeitig stellten sie die Frage, ob wieder Zeit für eine KURzeit ist? Braucht der Mensch gezielte Auszeiten und findet er neue Ansatzpunkte, wenn er denn aus dem Alltag herausgelöst ist?

Programm

Begrüßung

Michael Köhler
Vorsitzender, Hessischer Heilbäderverband

Grußworte

Marcus Dittrich
Bürgermeister, Bad Karlshafen

Ulrike Franz-Stöcker
Referatsleitung „Tourismus und Freizeit“,
Hessisches Wirtschaftsministerium

Gott · Zeit · Sehnsucht

Wunschträume und Wirklichkeit
Pfarrerin Katharina Stoodt-Neuschäfer
Evangelische Immanuel-Gemeinde,
Königstein im Taunus

Arbeit · Zeit · Leben

Der Zeit mehr Leben
Wlada Kolosowa
Redakteurin „Arbeit“, Die Zeit



Speed · Zeit · Dating

Was ist die Kur?
Oliver Puhe
Innovationscoach, Hamburg

Digital · Zeit · Strategie

Welche Zukunft bewegt uns?
Oliver Puhe
Innovationscoach, Hamburg

Geist · Zeit · Reha

Gesundheit am seidenen Faden
Christoph Lawall
Geschäftsführer, DEGEMED, Berlin

Natur · Zeit · Zukunft

Neue Märkte für Natürliche Heilmittel
Dr. Nicolaus Prinz
ift Freizeit- und Tourismusberatung

Kur · Zeit · Jetzt

Die Kur heute
Michael Domsalla
KMTÖ, Bad Zwischenahn

Raum · Zeit · Blick: Wir fassen zusammen

Von Zeit zu Zeit ist Zeit für eine KURzeit. Der Klang eines Gongs setzte den Startpunkt für den 16. Hessischen Kurtag und den Vortrag **Gott · Zeit · Sehnsucht** – Wunschträume und Wirklichkeit. Pfarrerin Katharina Stoodt-Neuschäfer betrachtete mit den Gästen die Zeit in ihren unterschiedlichen Dimensionen und eröffnete den Spannungsbogen, der sich von allgemeinen Phänomenen bis hin zu persönlichen Erkenntnissen spannte.

Ein herzliches Dankeschön für die wunderbare Gastfreundschaft in Bad Karlshafen geht an Bürgermeister Marcus Dittrich und Tina Abel sowie das ganze Team. Mit viel Engagement und Freude haben sie dazu beigetragen, dass der 16. Hessische Kurtag so erfolgreich wurde.



Aus der Praxis – Für die Praxis

Das Seminar „Aus der Praxis - Für die Praxis“ steht für praxisnahe Informationen und intensive Diskussionen mit dem Ziel, neue Impulse zu geben. In Bad Soden am Taunus drehte sich am 12. September 2019 alles rund um das Thema „Qualität“.

**Qualität in vier Facetten
Wert & Werthaltigkeit**
Birgit Becker
Arbeitsgemeinschaft „QualitätKompakt“

**Der Hausarzt ist digital
Konzepte & Möglichkeiten**
Hans-Joachim A. Schade
Rechtsanwalt, Wiesbaden

**Qualität in Bewegung
Prävention & ihre Angebote**
Karin Plöhn
AOK – Die Gesundheitskasse in Hessen

**Qualität im Wort
Die neuen Begriffsbestimmungen**
Dr. Lorenz Eichinger
Vorsitzender des Ausschusses für Begriffsbestimmungen des Deutschen Heilbäderverbandes

Unser herzlicher Dank geht an den großartigen Gastgeber Bürgermeister Dr. Frank Blasch und sein Team mit Birgit Reinecke und Wolfgang Heidecke. Auch die hervorragende Stadtführung mit Marc Nördinger hat dazu beigetragen, dass wir uns in Bad Soden am Taunus sehr wohl gefühlt haben.

Quelle neuer
Kreativität und
Ideen

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

Die Wege kreuzen sich regelmäßig: Seit Jahren verbinden die Heilbäder und Kurorte in Hessen mit ihren Partnern in Frankreich und Italien lockere Bande. Auch wenn es der Wunsch aller Partner ist, enger zusammenzuarbeiten, bilden die sehr unterschiedlichen Voraussetzungen im Bäderwesen an vielen Stellen hohe Hürden. Dennoch ist der Austausch auf der europäischen Ebene von Interesse.

Unser herzlicher Dank für das sehr gute und angenehme Miteinander gilt Regiergungsdirektorin Meike Schmidt von der Hessischen Staatskanzlei sowie Referatsleiter Bernd Kistner vom Hessischen Wirtschaftsministerium.

Bericht zu den Europa- Angelegenheiten

Die Wurzeln der Kur-Tradition liegen in Europa. Zwischen damals und heute liegen Jahrhunderte und so ist die Entwicklung sehr unterschiedlich. Qualitätsversprechen, Inhalte, Organisationsstrukturen bis hin zu den Finanzierungsmodellen weichen deutlich voneinander ab und führen zu einer Schwächung der Idee. Gerade deshalb muss der Deutsche Heilbäderverband verstärkt für die hohen Standards der „Begriffsbestimmungen / Qualitätsstandards für Heilbäder & Kurorte, Luftkurorte und Erholungsorte“ werben.

Im Herbst 2019 haben die Mitglieder des Deutschen Heilbäderverbandes beschlossen, die Mitgliedschaft im Europäischen Heilbäderverband fortzuführen. Das gilt für eine Zeit, in der sich dort einige nicht ganz einfache Themen ergeben, denn die Finanzierung des europäischen Verbandes ist aufgrund von nicht gelieferten Beitragszahlungen nicht gesichert.

Um die Zusammenarbeit der beiden Verbände sicherzustellen, hat der Deutsche Heilbäderverband seine Erwartungen und Vorstellungen formuliert. Sie umfassen unter anderem die strategische Ausrichtung des EHV, die die Lobbyarbeit als Priorität sieht – auch, weil die Balneologie und deren Bedeutung stärker in den politischen Fokus gebracht werden muss. Im Gegenzug sieht der Deutsche Heilbäderverband Möglichkeiten zur Unterstützung des EHV durch die Einrichtung der Bibliothek in Bad Wildungen sowie das Expertenwissen, das vorhanden ist. Dementsprechend hat der Deutsche Heilbäderverband auch Prüfsteine zur Europawahl erstellt, die von den Parteien beantwortet wurden.

Die Mitgliederversammlung des EHV fand am 10. Mai 2019 in Tuhelj, Kroatien, statt. Die deutsche Delegation wurde von Hans-Jürgen Kütbach, Schleswig-Holstein, angeführt.

European Health Prevention Day
Am 18. und 19. November 2019 fand im Rathaus Wiesbaden der European Health Prevention Day mit dem Titel „Gesundheit und Reisen – Märkte und Chancen“ statt. Zu den Referentinnen zählten Brigitte Goertz-Meissner, DHV, und die Geschäftsführerin der Bad Nauheim Stadtmarketing und Tourismus GmbH, Katja Heiderich.



Dr. Dirk Thom
Kurdirektor, Bad Orb

Aus dem Ausschuss für Betriebswirtschaft

Zum wichtigen Berater der Heilbäder und Kurorte hat sich der Ausschuss für Betriebswirtschaft entwickelt. Und das aus gutem Grund, reicht das Themenspektrum doch von Gesetzesänderungen und den daraus resultierenden Auswirkungen auf die ausgezeichneten Orte bis hin zu den Feinheiten der Betriebsabläufe. So befasst sich der Ausschuss zum Beispiel mit der Europäischen Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) oder der Unternehmergesellschaft für Kurbetriebe.

Mit dem Betriebsvergleich leistet der Ausschuss einen weiteren wichtigen Beitrag zur Entwicklung der Heilbäder und Kurorte. Insgesamt wurden 2019 dafür die Daten von 17 Mitgliedsorten ausgewertet und analysiert. Sie stehen sowohl für die Entwicklung des hessischen Bäderwesens sowie der einzelnen Partner, die wiederum ihren eigenen Benchmark ermitteln können. Um die Strukturen darzustellen, werden darüber hinaus einzelne Kostenarten (Kurgärtnerei etc.) ermittelt, sowie Kennzahlen beispielsweise zu Fremddienstleistungen (Security, Reinigungsmitarbeiter, Kosten pro kWh Energie etc.) abgefragt. Aus dieser Analyse heraus ergeben sich Erkenntnisse für die Ausrichtung des eigenen Unternehmens.

Aussagekräftige Informationen ergab auch eine „umfassende Abfrage“, die die Strukturen aller Heilbäder und Kurorte in Hessen ermittelte. Aus den Ergebnissen der Untersuchungen, aber auch aus den vielfältigen Entwicklungen des Kur- und Bäderwesens, konnten Hinweise auf vorhandene und mögliche Chancen gewonnen werden. Sie bilden die Grundlage für die weitere strategische Ausrichtung des Hessischen Heilbäderverbandes sowie der Heilbäder und Kurorte in Hessen.

Gesprächskreis „Natürliche Heilmittel“

Mit den Natürlichen Heilmitteln in all ihren Facetten – von der Betreuung bis hin zu der wissenschaftlichen Expertise – befasst sich ein Gesprächskreis, der zukünftig auch weitere Themen aufgreifen wird.



Holger Reuter
Kurdirektor, Bad Homburg v. d. Höhe

Aus dem Vorstand

Herzlichen Dank

Die Herausforderungen, die das Leben und die Arbeit mit sich bringen, werden immer umfassender. Gerade deshalb ist es eine herausragende Leistung, in weiteren Gremien mitzuwirken. Die Heilbäder und Kurorte in Hessen danken

Uwe Veith, Bad König

für die engagierte Mitarbeit im Vorstand.

Seit April 2019 bringt sich Bürgermeister und Kurdirektor Thomas Trachte, Willingen, mit seinem Fachwissen und viel Gestaltungsfreude in den Vorstand ein.

Alles Gute & auf Wiedersehen

Das Leben ist Veränderung. Während für Elke Awizus mit dem Eintritt in die Rente die große Freiheit begann, entschied sich Renate Düll im Sommer 2019, eine ganz andere berufliche Herausforderung anzunehmen.



Wir danken für die grandiose Zusammenarbeit und das herausragende Miteinander. Es war uns eine Ehre. Nun wünschen wir Elke Awizus und Renate Düll alles, alles Gute, Glück und vor allem Gesundheit für ihre Zukunft!

Mitmachen
ist wichtig!

Das Wissen weitergeben

115. Deutscher Bädertag

Bad Arolsen wurde 2019 zum großen Branchentreff. In dem nordhessischen Heilbad kamen vom 24. bis 26. Oktober 2019 die Vertreter der Heilbäder und Kurorte zum 115. Deutschen Bädertag zusammen.

Der Tätigkeitsschwerpunkt des Bundesverbandes ist die Interessensvertretung der Heilbäder und Kurorte in den Bereichen Politik, Wirtschaft und Tourismus. Diese



Aufgabe kann nur gemeinschaftlich gelöst werden, und dazu müssen die Heilbäderverbände der Länder sowie Fachverbände des Kur- und Bäderwesens mit einer Stimme sprechen. Allein der Blick auf die Entwicklungen im Gesundheitswesen macht deutlich, wie wichtig eine gemeinsame Positionierung ist.

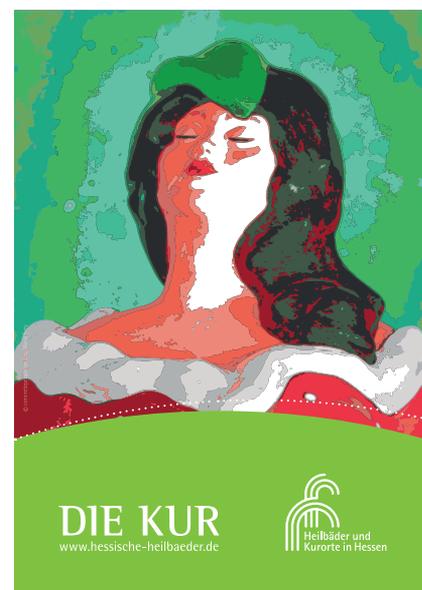
Bad Arolsen präsentierte sich als großartiger Gastgeber. Dafür gilt unser Dank besonders Bürgermeister Jochen van der Horst, Wilhelm Müller und Claudia Wäger.

Zuweisungen zu den Belastungen der Heilkurorte

Ein jedes Heilbad und ein jeder Kurort steht für eine ausgezeichnete Qualität, die im Prädikat sichtbar wird und die täglich bestätigt sein will. Einzig das Vorkommen eines Natürlichen Heilmittels des Bodens und des Klimas sowie die Natürlichen Heilverfahren zum Beispiel nach Kneipp machen es Städten und Gemeinden überhaupt möglich, diese Auszeichnung zu erwerben. Sie geht einher mit einer hohen medizinischen Kompetenz, die in den Gesundheitsorten angesiedelt ist. Diese Faktoren werden durch ein Freizeit-, Kultur- und Kurangebot ergänzt. Dazu zählen Kurhäuser, Kur- und Wanderwege, Heilquellenausschank, Tourist Informationen oder auch Kurparks, denen eine identitätsstiftende Bedeutung zukommt. Auf der anderen Seite können und dürfen Heilbäder und Kurorte nur sehr reduziert Gewerbegebiete ausweisen, da diese in direkter Konkurrenz zu den Zielen des Kur- und Bäderwesens stehen. Hinzu kommt, dass kaum eine Klinik Grund- und / oder Gewerbesteuer zahlt.

Die Prädikatisierung selbst erfolgt auf Grundlage der Begriffsbestimmungen / Qualitätsstandards für Heilbäder & Kurorte, Luftkurorte, Erholungsorte, die der Deutsche Heilbäderverband in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Tourismusverband herausgibt.

Um die Anstrengungen und Aufwendungen abzumildern, erhalten die Heilbäder & Kurorte in Hessen aus den Mitteln des Landes Hessen nach § 27a FAG Zuweisungen zu den Belastungen der Heilkurorte.



Kurbeitrag und Tourismusbeitrag

Die strengen Kriterien der Prädikatisierung schränken die Finanzierungsmöglichkeiten der Heilbäder und Kurorte stark ein. Der Kurbeitrag stellt die Grundfinanzierung der kurspezifischen Einrichtungen und der Infrastruktur sicher, deshalb kann er auch einzig für die Heilbäder und Kurorte selbst verwandt werden. Eine anderweitige Mittelverwendung steht nicht zur Option.

Den „Kurbeitrag und Tourismusbeitrag“ dürfen in Hessen nach § 13 des KAG Heilbäder und Kurorte sowie Tourismusorte erheben. Er soll für die Schaffung, Erweiterung, Unterhaltung und Vermarktung der zu Kur-, Erholungs- und sonstigen Fremdenverkehrszwecken bereitgestellten Einrichtungen und für die zu diesem Zwecke durchgeführten Veranstaltungen verwandt werden.

Recht & Gesetz

Die rechtlichen Rahmenbedingungen sowie deren regelmäßige Überarbeitung oder Neufassung haben weitreichende Auswirkungen auf die Heilbäder und Kurorte in Hessen:

- Datenschutzgrundverordnung (DSGVO)
- Pauschalreise-Richtlinie
- Kurbeitrag und Tourismusbeitrag

sind die zurzeit aktuellen Themen, zu denen der Hessische Heilbäderverband ausführlich informiert. Darüber hinaus steht der Verband seinen Mitgliedern zu kurspezifischen Rechtsfragen mit Rat und Tat zur Seite.



Wichtige Themen
der Heilbäder
und Kurorte

Die Heilbäder und Kurorte in Zahlen

Wirtschaftsfaktor Kur und Tourismus in den Heilbädern und Kurorten in Hessen

Die Heilbäder und Kurorte in Hessen sind ein herausragender Wirtschaftsfaktor. Mit ihrem Angebot geben sie mehr als 40.000 Menschen Arbeit und erwirtschaften alljährlich über 2,2 Milliarden Euro Bruttoumsatz. 31 Millionen Tagesbesuche und 10 Millionen Übernachtungen stärken nachhaltig Einzelhandel, Dienstleistungssektor und Gastgewerbe. Darüber hinaus trägt die kurspezifische Infrastruktur zur Lebensqualität der Bürgerinnen und Bürger in den Heilbädern und Kurorten und den jeweiligen Regionen bei.

Die ausführliche Studie „Wirtschaftsfaktor Kur & Tourismus in den Heilbädern und Kurorten in Hessen“ ist beim Hessischen Heilbäderverband erhältlich.

Informationsverhalten

Die Welt hat sich verändert: Internet, Smartphone und Co. haben Einzug in das Leben gehalten und dabei auch die Gesellschaft verändert. Von den Aktivitäten in Sport und Freizeit bis hin zum Besuch beim Zahnarzt ist alles mit technischen Geräten verbunden, die vieles erleichtern, aber auch für neue Gewohnheiten sorgen. Waren einst Broschüren und Messen die Informationsquellen überhaupt, sind es heute Internet und Soziale Medien. Der Wandel wird sichtbar.

Mit der Marke DIE KUR haben die Heilbäder und Kurorte in Hessen die Basis für eine zielgruppenspezifische Marktbearbeitung gelegt. Sie bildet die Grundlage für alle Marketing-Aktivitäten, die sich in den unterschiedlichsten Medien widerspiegeln.

Anfragen

Die Heilbäder und Kurorte in Hessen setzen verstärkt auf Online-Vermarktung und das wirkt sich natürlich auch auf den Versand von Info-Paketen aus. Mit 1.197 lagen die Anfragen deutlich unter dem Vorjahresniveau, korrespondieren jedoch mit dem Umfang der Anzeigen in Print-Medien.

Jahr	Info-Pakete
2015	1.272
2016	1.472
2017	1.431
2018	1.530
2019	1.197

Betriebe & Schlafgelegenheiten

20 der 30 Heilbäder und Kurorte in Hessen liegen im ländlichen Raum, der teilweise vor existentiellen Herausforderungen steht. Die nachfolgende Übersicht gibt Hinweise auf die Entwicklung der Betriebe sowie der Kapazitäten und macht den Handlungsbedarf deutlich.

Jahr	Betriebe	Schlafgelegenheiten
2009	828	56.344
2010	812	56.899
2011	827	57.169
2012	800	56.587
2013	783	56.272
2014	770	56.286
2015	760	55.954
2016	745	55.572
2017	756	56.393
2018	756	56.069
2019	755	57.354

Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Wiesbaden

Ankünfte und Übernachtungen

Zu den Indikatoren für die Wirtschaftskraft der Heilbäder und Kurorte in Hessen zählen die Ankünfte und Übernachtungen. Noch aussagekräftiger ist indes die Bruttowertschöpfung, die durch die Angebote generiert werden kann. Die Studie „Wirt-

schaftsfaktor Kur & Tourismus“, die in regelmäßigen Abständen wiederholt wird, gibt einen ersten Überblick über die Bruttowertschöpfung, die in allen 30 Heilbädern und Kurorten erlost werden konnte.

Die Heilbäder und Kurorte in Hessen leisten einen Beitrag von rund 28% an den gesamthessischen Übernachtungszahlen. Die Daten des Hessischen Statistischen Landesamtes, Wiesbaden, enthalten die Übernachtungszahlen in Betrieben ab zehn Betten sowie Campingplätze. Nicht erfasst werden die Übernachtungen in Betrieben unter zehn Betten, Privatzimmern und Ferienwohnungen. Gerade diese Daten wären jedoch für die Heilbäder und Kurorte in Hessen interessant, da die sogenannte Parahotellerie Zuwachsraten zu verzeichnen hat und viele Partner und Freunde von Klinikgästen diese Übernachtungsmöglichkeiten nutzen.

Wirtschafts-
faktor Heilbäder
und Kurorte

	2014		2015		2016		2017		2018		2019	
	Übernachtungen		Übernachtungen		Übernachtungen		Übernachtungen		Übernachtungen		Übernachtungen	
	Ankünfte		Ankünfte		Ankünfte		Ankünfte		Ankünfte		Ankünfte	
Bad Arolsen	51.730	118.209	50.878	116.362	55.771	123.740	60.140	132.581	65.424	140.925	66.783	142.228
Bad Camberg	19.154	207.484	19.021	204.154	19.332	205.085	17.844	189.947	17.036	175.743	15.190	162.363
Bad Emstal	12.070	30.013	14.480	34.607	15.494	39.545	16.868	41.224	16.340	38.139	15.325	39.069
Bad Endbach	11.334	64.572	11.664	63.705	12.661	66.382	12.010	65.320	10.983	60.825	11.230	57.234
Gersfeld (Rhön)	45.522	143.381	45.448	140.368	43.559	133.517	46.105	141.700	43.248	130.669	42.055	133.684
Gladenbach*	13.934	36.517	14.586	38.230	17.064	43.553	7.937	18.884	*	*	*	*
Grasellenbach	24.450	62.097	23.695	60.018	24.614	61.649	25.908	61.956	27.508	66.008	26.817	62.765
Herbstein	19.241	55.619	19.024	55.478	20.151	58.097	19.932	56.945	19.224	55.222	20.790	57.148
Bad Hersfeld	98.146	326.229	104.412	348.233	105.796	341.684	101.275	345.812	101.107	345.976	102.073	359.107
Bad Homburg v. d. H.	152.607	539.419	166.140	554.992	167.392	560.532	174.349	596.384	176.762	588.300	174.098	629.825
Bad Karlshafen	37.648	157.884	37.721	155.237	37.705	159.053	36.040	153.053	37.360	152.365	37.843	150.873
Kassel	493.418	881.281	506.324	903.719	499.761	879.727	569.372	1.031.119	533.093	930.854	562.392	1.015.754
Bad König	12.710	36.493	12.817	36.691	14.250	38.877	13.682	38.880	12.927	33.299	10.986	28.124
Königstein im Taunus	54.174	225.114	51.065	214.598	48.371	203.129	48.536	197.996	48.579	196.914	49.844	197.148
Lindenfels	13.709	97.100	14.890	101.063	15.269	100.326	15.174	97.002	16.746	100.147	16.790	97.697
Bad Nauheim	96.749	716.932	99.116	716.320	96.593	720.320	95.180	700.127	98.599	700.680	104.126	719.782
Naumburg	8.537	29.712	9.292	32.227	8.814	32.668	9.128	32.359	9.686	34.240	10.729	38.861
Neukirchen (Knüll)	9.104	25.809	10.980	29.580	13.725	36.377	14.911	40.787	15.284	39.193	15.060	38.855
Bad Orb	61.823	417.104	62.879	416.901	68.992	438.427	68.463	452.054	69.890	456.425	68.030	447.014
Bad Salzhausen	15.576	112.325	14.877	107.245	16.529	110.105	17.575	110.131	18.406	114.288	17.780	112.510
Bad Salzschlirf	35.768	212.439	38.258	214.906	40.704	219.816	45.210	229.577	42.344	218.907	45.115	212.036
Schlangenbad	23.915	89.552	22.526	108.816	22.887	113.578	21.692	106.982	19.836	93.665	20.290	90.922
Bad Schwalbach	16.053	272.301	13.435	229.914	13.867	227.116	14.303	216.528	14.433	216.580	12.544	219.171
Bad Soden am Taunus	60.731	147.183	69.922	151.726	71.408	155.437	78.612	164.573	74.920	171.820	64.785	160.681
Bad Soden-Salmünster	47.156	397.432	46.192	367.144	45.730	365.632	46.182	355.946	47.961	365.982	46.349	361.114
Bad Sooden-Allendorf	50.342	420.202	50.621	422.073	50.537	422.791	49.025	415.079	44.644	410.645	46.168	416.904
Bad Vilbel	30.331	61.485	31.502	67.944	31.082	72.735	30.084	64.810	25.865	58.478	23.957	55.827
Wiesbaden	574.650	1.159.156	587.118	1.199.516	589.816	1.223.457	583.205	1.249.204	580.346	1.251.424	591.775	1.278.891
Bad Wildungen	128.813	1.417.610	129.424	1.425.637	133.103	1.433.323	135.613	1.436.115	136.120	1.436.296	140.151	1.449.092
Willingen	349.375	979.461	355.404	978.158	367.786	1.007.869	388.348	1.048.879	382.318	1.024.382	389.900	1.038.318
Bad Zwesten	19.379	230.448	20.817	239.461	19.417	236.922	19.915	242.019	19.381	231.610	18.830	224.667
Gesamt	2.588.149	9.670.563	2.654.528	9.735.023	2.688.180	9.831.469	2.782.618	10.033.973	2.726.370	9.840.001	2.767.805	9.997.664

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

Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt

Das Geschäftsjahr 2019 im Rückblick

Januar

- Strategieworkshop des Verbandes der Heilklimatischen Kurorte Deutschlands
- Sitzung des Medical Network Frankfurt-RheinMain
- IHK-Prüfung Kauffrau/-mann für Tourismus und Freizeit
- Neujahrsempfang der IHK Frankfurt
- Neujahrsempfang der FDP Hessen
- Besuch anlässlich des 80. Geburtstages von Wolfgang Schmidt
- Gespräche mit Birgit Becker, QualitätKompakt Klaus Wiesner, Manfred Hertzigkeit Agentur wellKOM
- Messe CMT Stuttgart

Ein spannendes Jahr beginnt ... mit vielen Terminen, Gesprächen und Neujahrsempfängen. Der Verband der Heilklimatischen Kurorte Deutschlands nutzte die Gelegenheit für einen Strategie-Workshop und Medical Network FrankfurtRheinMain startete mit neuen Plänen in die nächste Saison. Tolle Ergebnisse erzielten die Prüflinge für den Ausbildungsberuf „Kauffrau oder Kaufmann für Tourismus und Freizeit“, die der Ausschuss der IHK Frankfurt in die „große, weite Welt“ ziehen ließ.



Februar

- Lenkungsgruppe des Hessischen Wirtschaftsministeriums zum Tourismuspolitischen Handlungsrahmen
- Marketing-Beirat der HA HessenAgentur GmbH
- Gespräche mit Bürgermeister Stefan Frankfurth, Bad Emstal
Bürgermeister Ralf Gutheil, Bad Wildungen
Bürgermeister Michael Helbig, Lindenfels
Bürgermeister Markus Röth, Grasellenbach
Martin Michel, Wiesbaden
Bürgermeister Axel Muhn, Bad König
Bürgermeister Thomas Trachte, Willingen (Upland)
Roswitha Röber, Schlangenbad
- Verabschiedung Bürgermeister Michael Schlepper und Amtseinführung Bürgermeister Marco Eyring, Schlangenbad
- Vorstandssitzung des Deutschen Heilbäderverbandes
- Messe Land & Genuss in Frankfurt am Main

Die Leitlinien für ihr Handeln finden die touristischen Akteure im Tourismuspolitischen Handlungsrahmen, der durch ein Umsetzungsmanagement begleitet wird. In den regelmäßigen Sitzungen werden der aktuelle Stand sowie die weiteren Schritte aufgezeigt.

Im Marketing-Beirat der HA HessenAgentur GmbH kommen alle Vertreterinnen und Vertreter der Landesverbände, der Destinationen sowie weitere touristische Akteure zusammen.

März

- Kooperationsgespräch mit Rheinland-Pfalz & Niedersachsen
- Kassenprüfung des Hessischen Heilbäderverbandes
- Workshop Digitale Zielgruppen der HA HessenAgentur GmbH
- Sitzung des Medical Network Frankfurt-RheinMain
- Kneipp-Seminar in Bad Nauheim
- Interview für die Reiseradioshow auf Antenne Mainz
- Gespräche mit Michael Danecker, goon28, Media-Service GmbH
Michael Domsalla, KMTO
Matthias Feige, dwif
Eva-Maria Frey, Kassel
Brigitte Goertz-Meissner, Präsidentin des Deutschen Heilbäderverbandes
Bürgermeister Martin Hußmann, Bad Schwalbach
Claudia Lewerenz, HA HessenAgentur GmbH
Folke Mühlhölzer, Geschäftsführer der HA HessenAgentur GmbH
Kathrin Quandt, Matthias Hollmann, Rheinland-Pfalz-Tourismus
Ute Schulte, Grimmheimat Nordhessen
Stephan Venus, Internetagentur
Kerstin von Hacht, Gallun-Werbung
Stefan Zindler, Rheinland-Pfalz-Tourismus
- Internationale Tourismusbörse (ITB) in Berlin
- Gesundheitstage Nordhessen

Zuhören, aufnehmen, diskutieren und handeln: Die vielfältigen Themen führen zu vielfältigen Gesprächen. Gerade die ITB, die Leitmesse für Kur und Tourismus, ist ein idealer Ort, um zahlreiche Gespräche zu führen und die Weichen in Richtung Zukunft zu stellen.

April

- 16. Hessischer Kurtag in Bad Karlshafen
- Vorstandssitzung sowie Mitglieder- und Jahreshauptversammlung des Hessischen Heilbäderverbandes
- Pressekonferenz
- Gespräch zur Entwicklung der Heilklima-Region Odenwald
- Gemeinsame Vorstandssitzung des Hessischen und Rheinlandpfälzischen Tourismusverbandes
- Eröffnung der neuen Tourist-Info in Bad Nauheim
- Workshop Digitale Personas und Zielgruppen der HA Hessen Agentur GmbH
- Frühjahrstagung des Verbandes der Heilklimatischen Kurorte Deutschlands
- Gespräche mit Bernd Klotz, Hessischer Städte- und Gemeindebund
Gerd Ohlhauser, Fotograf
Simone Zagrodnik, Wiesbaden Marketing

Zur KURzeit lockte 2019 der 16. Hessische Kurtag nach Bad Karlshafen. Über 100 Gäste aus ganz Deutschland freuten sich über spannende Vor- und Beiträge, die Impulse für ein aktives Kur- und Bäderwesen gaben.

Mit neuem Konzept und Design ging die Tourist-Information in Bad Nauheim an den Start. Sie ist Teil eines Entwicklungsprozesses, der die vielfarbigen Facetten von Kur und Tourismus in der Jugendstilstadt beleuchtet und gestärkt hat.

*Vielfältig
und spannend*

Mai

- Lenkungsgruppe des Hessischen Wirtschaftsministeriums zum Tourismuspolitischen Handlungsrahmen - Vorbesprechung
- Motiv- und Zielgruppenanalyse, Baden-Württemberg
- Markenwerkstatt DIE KUR in Bad Camberg
- Markenwerkstatt DIE KUR in Willingen (Upland)
- Vorstandssitzung des Hessischen Tourismusverbandes
- Pressekonferenz „Schutz der Natürlichen Heilmittel“, Bad Sooden-Allendorf
- Eröffnung des neuen Hafenbeckens in Bad Karlshafen
- German Travel Mart in Wiesbaden
- Strategie für den Tourismus im ländlichen Raum – Auftaktworkshop
- 24. Congress of the European Spas in Tuhelj Terme, Kroatien
- Marketing-Beirat der HA HessenAgentur GmbH
- Destination Camp, Hamburg
- IHK Frankfurt am Main - Ausschuss für Tourismus
- Gespräche mit Helga Borchers und Michael Nungesser, Rhein-Main-Media
Oliver Lapp, 100 Places
Heiko Rhode, fotorhode.de
Wiebke Knell, Landtagsabgeordnete

Der German Travel Mart ist die Plattform des Deutschland-Tourismus für internationale Einkäufer. Für die hochprofessionelle Veranstaltung zeichnete die Landeshauptstadt Wiesbaden verantwortlich. Glückwunsch!

Von A wie Ausrichtung bis Z wie Zusammenarbeiten lauteten die Themen, die in den unterschiedlichsten Sitzungen besprochen wurden.

Juni

- Ausschuss für Marke & Identität des Hessischen Heilbäderverbandes
- Ausschuss für Betriebswirtschaft des Hessischen Heilbäderverbandes
- Mitgliederversammlung des Hessischen Tourismusverbandes
- Sitzung des Magistrates, Bad Wildungen
- Verbände der Krankenkassen, Infogespräch
- Sitzung des Medical Network Frankfurt-RheinMain
- Hessenfest der Hessischen Landesregierung in Berlin
- Hessentag in Bad Hersfeld
- Markenwerkstatt DIE KUR in Lindenfels
- Foto-Shooting mit Bella
- Lenkungsgruppe des Hessischen Wirtschaftsministeriums zum Tourismuspolitischen Handlungsrahmen
- Workshop „Tourismus im ländlichen Raum“ des Hessischen Städte- und Gemeindebundes

Mit einem vollkommen unkomplizierten Foto-Modell zogen der Fotograf Heiko Rhode und die Geschäftsstelle in den Kurpark Wiesbaden. Bella – die neue Botschafterin der Heilbäder und Kurorte in Hessen – zeigte sich stets freundlich und ließ sich gleich mit vielen Fans fotografieren.

Zu einem informellen Gespräch traf sich der Vorstand des Hessischen Heilbäderverbandes mit den Vertretern des Verbandes der Ersatz-Krankenkassen in Bad Salzhausen.

Das Geschäftsjahr 2019 im Rückblick

Juli

- Workshop zur Digitalisierung übernachtungsbezogener Abgaben
- Ausschuss-Sitzung Deutscher Saunabund in Wiesbaden
- Ausschuss für Finanzen, Wirtschaft und Strukturen des Deutschen Heilbäderverbandes
- Vorstandssitzung des Deutschen Heilbäderverbandes
- Jurysitzung zum Hessischen Tourismuspreis
- Gespräche mit Michael Danecker, Goon28, Mediaservice GmbH
- Bürgermeister Martin Hußmann, Bad Schwalbach
- Jörg Hormann, Königstein im Taunus
- Katharina Kimmich, Heilbäderverband Baden-Württemberg
- Oliver Lapp, 100 Places
- Yvonne Thomas, Agentur Weltberg
- Stephan Venus, Agentur Venus

Der Juli brachte die Ferienzeit mit sich und auch eine Vielzahl von Sitzungen und Terminen: Nach einem spannenden Pitch fand ein weiteres Briefing mit Yvonne Thomas von der Agentur Weltberg statt, um dem neuen Film der Heilbäder und Kurorte die richtige Richtung zu geben.

Jede Menge Ideen und kreative Angebote sichtete die Jury des Hessischen Tourismuspreises – da fielen die Entscheidungen nicht leicht. Mit viel Vorfreude auf die Preisverleihung beim Hessischen Tourismustag und einer kleinen Truhe voller Geheimnisse, ging es für die Jurymitglieder weiter in einen hochsommerlichen Tag.

August

- Ausschuss für Marke und Identität des Hessischen Heilbäderverbandes
- Workshop zur Entwicklung der Strategie für den Tourismus im ländlichen Raum
- Stadtverordnetenversammlung Bad Schwalbach
- Werkstatt zur Entwicklung des Heilklimawaldes Odenwald
- German Travel Mart, Nachbesprechung
- Rundfunkaufnahmen für harmony.fm
- Gespräche mit Helga Borchers, Alexander Schramm – Rhein Main Media
- Tobias Eckert, Landtagsabgeordneter Markus Hofmann, Landtagsabgeordneter Cornelius Obier, project m
- Staatssekretär Dr. Philipp Nimmermann
- Rechtsanwalt Hans-Joachim A. Schade, Wiesbaden

Im Rahmen der Stadtverordnetenversammlung präsentierte Geschäftsführerin Almut Boller in Bad Schwalbach das Leistungsspektrum des Hessischen Heilbäderverbandes.

Mit einem besonderen Projekt befassen sich die drei Odenwälder-Gemeinden Bad König, Lindenfels und Grasellenbach. Gemeinsam wollen sie die Heilklima-Region in Hessen werden.

September

- Vorstandssitzung des Deutschen Heilbäderverbandes
- Vorstandssitzung des Hessischen Heilbäderverbandes
- Herbst-Mitgliederversammlung des Hessischen Heilbäderverbandes mit Seminar „Aus der Praxis – Für die Praxis“
- Markenwerkstatt DIE KUR in Bad Orb
- Markenwerkstatt DIE KUR in Bad Soden-Salmünster
- Mitgliederversammlung des Verbandes der Heilklimatischen Kurorte Deutschlands
- Klausurworkshop zum Strategischen Marketingplan für den Tourismus
- Marketing-Beirat der HA HessenAgentur GmbH
- Tourismuspolitisches Terrassengespräch
- Thüringer Tourismustag
- Ausschuss für Tourismus der IHK-Frankfurt am Main
- Gespräche mit Anke Clärding, wdr
- Markus Meysner, Landtagsabgeordneter Dr. Ben-Michael Risch, Hessischer Städtetag
- Janine Wissler, Landtagsabgeordnete

Intensive Gespräche auf den unterschiedlichsten Ebenen zeichneten den September 2019 aus. Die Reiseroute führte dabei quer durch Deutschland: Von Berlin nach Bad Frankenhausen, von Wetzlar über Bad Orb und Bad Soden-Salmünster nach Freudenstadt und wieder zurück nach Wiesbaden.



Interessant
und aufregend

Oktober

- 115. Deutscher Bädertag in Bad Arolsen
- Ausschuss für Finanzen, Wirtschaft und Strukturen des Deutschen Heilbäderverbandes
- 3. KurErlebnistage
- Markenwerkstatt DIE KUR in Bad Homburg v.d. Höhe
- Markenwerkstatt DIE KUR in Bad Vilbel
- Hessischer Tourismustag mit Vergabe des Hessischen Tourismuspreises
- Workshop zur Entwicklung der Strategie für den Tourismus im ländlichen Raum
- Tourismus im ländlichen Raum des Hessischen Städte- und Gemeindebundes
- Aufzeichnung Videobotschaft Mark Weinmeister
- Podiumsdiskussion des Medical Network FrankfurtRheinMain mit Pressekonferenz
- Gespräch mit Kuduloung, Agentur Frank Kuhlmann, Candeo

Juhuuu ... im Oktober 2019 erhielt die hessische Bäderfamilie den Ehrenpreis des Hessischen Tourismuspreises für die Entwicklung, Neu-Begründung und Umsetzung der Marke DIE KUR und war vor Freude „ganz aus dem Häuschen“.

Anlässlich des 115. Deutschen Bädertages präsentierte sich Bad Arolsen als hervorragender Gastgeber und machte so eine Vielzahl von Gesprächen möglich.

Aus dem KURerlebnistag wurden 2019 die KURerlebnistage. Vom 3. bis 5. Oktober luden die Heilbäder und Kurorte in Hessen dazu ein, die Natürlichen Heilmittel zu entdecken.

November

- Vorstandssitzung des Hessischen Heilbäderverbandes
- Mitgliederversammlung des Hessischen Tourismusverbandes
- Marketing-Beirat der HA HessenAgentur GmbH
- Verabschiedung Renate Düll und Elke Awiszus
- Verabschiedung Bodo Schäfer, Kurdirektor Bad Camberg
- Markenwerkstatt DIE KUR in Bad Salzschlirf
- Markenwerkstatt DIE KUR in Herbstein
- Workshop zur Entwicklung der Strategie für den Tourismus im ländlichen Raum
- Sitzung des Medical Network Frankfurt-RheinMain
- Präsentation des Quellwassers Radius 99, Königstein im Taunus
- Werkstatt zur Entwicklung des Heilklimalandes Odenwald in Bad König
- European Health Prevention Day in Wiesbaden
- Ausschuss für Tourismus der IHK Frankfurt am Main
- Gespräch mit Tina Braun, harmony.fm

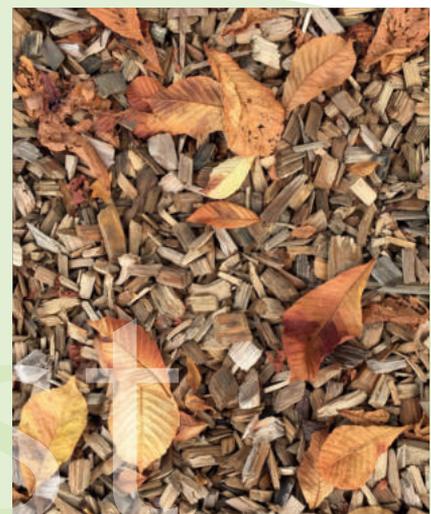
Zwei strategische Prozesse, die organisiert werden wollen: Strategischer Marketingplan und Strategie für den Tourismus im ländlichen Raum.

Auf Wiedersehen: Mit Bodo Schäfer haben die Heilbäder und Kurorte in Hessen einen Kurdirektor verabschiedet, der sie über Jahrzehnte begleitet hat. Unsere besten Wünsche begleiten ihn.

Dezember

- Vorstandssitzung des Verbandes der Heilklimatischen Kurorte in Deutschland
- Workshop zur Entwicklung der Strategie für den Tourismus im ländlichen Raum
- Markenwerkstatt DIE KUR in Bad Schwalbach
- Markenwerkstatt DIE KUR in Schlungenbad
- Das Magazin „Geheimnisse der Natur“ erscheint

Das Jahr neigte sich dem Ende zu und irgendwie schien es, dass auch der Terminkalender in den Winterschlaf wollte. Dafür warteten schon eine Vielzahl von weiteren Projekten auf ihre Umsetzung. Dazu zählte auch die Sonderbeilage „Geheimnisse der Natur“, die kurz vor Weihnachten in der Gesamtauflage der Frankfurter Neuen Presse (FNP) sowie Hessisch-Niedersächsischen Allgemeinen (hna) erschienen ist.



Farben, Formen, Fakten

Ausschuss für Marke & Identität

Die Heilbäder und Kurorte in Hessen haben sich für die Marke DIE KUR entschieden. Um das Konzept umzusetzen, hat der Verband zunächst die organisatorischen Strukturen geschaffen und als einen ersten Schritt die Markensteuerung fest im Ausschuss für „Marke und Identität“ verankert. Marke steht dabei für die aktive Gestaltung des Steuerungsprozesses; die Identität für die Umsetzung der Marke auf die Marketing-Maßnahmen.

Der Ausschuss für Marke & Identität traf sich 2019 zu

- 2 Sitzungen

Marketing-Mix und Budget

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

„3 x A“ – ANDERS ALS ANDERE.

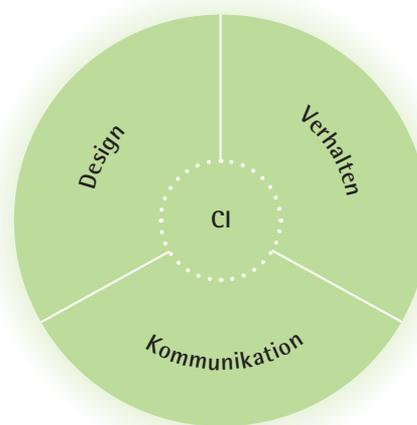
Das Budget für die Marketing-Maßnahmen setzt sich zusammen aus den

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

Kommunikation

Nach den Maßgaben des Corporate Identity (CI) zielt der Hessische Heilbäderverband auf ein einheitliches und unverwechselbares Bild der Heilbäder und

Kurorte in Hessen. Design, Verhalten und Kommunikation bilden eine Einheit, die zur Entwicklung des positiven Images in der Öffentlichkeit beiträgt.



Kern der Kommunikationsaktivitäten bilden die folgenden Maßnahmen:

Hessischer Heilbäderverband: Aufgaben

- Interessenvertretung der Heilbäder und Kurorte in Hessen
- Dachverband zuständig für die Markenführung „DIE KUR“

Heilbäder und Kurorte in Hessen: Stärken & Stärkenkombination

- Medizinische Kompetenz
- Medizinisch unverwechselbare Kompetenz
- Infrastruktur und Qualität
- Natürliche Gegebenheiten
- Günstige Lage und Erreichbarkeit in Deutschland
- Kultur und Freizeitangebot
- Kur & Tourismus als Wirtschaftsfaktor

Die Kombination der Stärken führt zur Unverwechselbarkeit der Heilbäder und Kurorte in Hessen.

Positionierung

Hessische Heilbäder und Kurorte – im Herzen Deutschlands finden Sie Gesundheit und Wohlfühlen in perfekter Symbiose.

Slogan „Deine Mitte“

als Ausdruck für

- das Gleichgewicht von Körper und Geist zur Seele
- das Zentrum des Menschen
- die zentrale Lage in Deutschland und Europa

Quellmärkte

Inland

Im Fokus:

- Hessen, besonders Frankfurt RheinMain
- Nordrhein-Westfalen
- Rheinland-Pfalz
- Thüringen
- Niedersachsen

Ausland

- Arabische Emirate
- Russland
- China
- Niederlande

Die knappen finanziellen Ressourcen des Hessischen Heilbäderverbandes lassen zurzeit nur ein Engagement auf den arabischen und russischen Märkten gemeinsam mit Medical Network Frankfurt RheinMain und der tcf Frankfurt zu.

Strategische Herausforderungen

Angebot

Heterogenität der einzelnen Heilbäder und Kurorte (Größe, touristische Relevanz, Marketingausrichtung, Angebot ...). Das hervorzuhebende Merkmal, das für alle gilt, ist die Kur.

Konzentration auf 3 Bereiche:



Zielgruppen

In der Markenentwicklung DIE KUR hat sich die Hessische Bäderfamilie sehr intensiv mit ihren Zielgruppen befasst. Grundlage für die Beratungen bildeten die Sinus-Milieus, die von den Lebenswelten und den Lebensstilen der Menschen ausgehen. Analysiert werden grundlegende Wertorientierungen oder AlltagsEinstellungen (zur Arbeit, Familie, Freizeit oder Konsum). Damit werden in den Milieus Menschen zusammengefasst, die sich in der Lebensauffassung und Lebensweise ähneln.

Zielgruppen der Heilbäder und Kurorte in Hessen

Die bürgerliche Mitte

Leitmotiv: Das Erreichte sichern.

Der bürgerliche Mainstream zeichnet sich aus durch:

- Leistungs- und Anpassungsbereitschaft
- Bejahung der gesellschaftlichen Ordnung
- Wunsch nach beruflicher und sozialer Etablierung
- Gesicherte und harmonische Verhältnisse
- Wachsende Abstiegsängste

Zukunftsmilieu Adaptiv-Pragmatische Leitmotiv: Alle Optionen offen halten

Die gesellschaftliche Mitte der Zukunft zeichnet sich aus durch:

- Lebenspragmatismus und Nützlichkeitsdenken
- Leistungs- und Anpassungsbereitschaft
- Spaß, Komfort und Unterhaltung
- Flexibilität und Weltoffenheit
- Bedürfnis nach Verankerung und Zugehörigkeit

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Mit der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit verbindet der Hessische Heilbäderverband das Ziel, das Kur- und Bäderwesen mit seinen Vorzügen darzustellen und das Image positiv aufzuladen. Basis dafür bilden die Erkenntnisse, die bei der Entwicklung der Marke DIE KUR herausgefiltert werden.

Das Aufgabenspektrum im Bereich der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit fächert sich von der Produkt- und Angebots-PR bis hin zur Krisen-PR auf. Aufgrund der Bedeutung hat sich der Verband mit Beginn des Jahres 2019 dafür entschieden, den Themenbereich wieder in die Geschäftsstelle zu integrieren.

Zu den Ergebnissen der Aktivitäten zählen auch Veröffentlichungen in den unterschiedlichsten Medien. Darüber hinaus konnte konsequent die Vermittlung von Kooperationen und von PR-Aktionen durch die Geschäftsstelle ausgebaut werden.

- Pressekonferenzen
April 2019:
16. Hessischer Kurtag
Suedlink

September 2019:
Herbst-Mitgliederversammlung

- Presseservice
- Pressemitteilungen zu aktuellen und allgemeinen Themen

Dialog mit den Mitgliedern

Bewusst und intensiv pflegt der Hessische Heilbäderverband die Kontakte zu seinen Mitgliedern, denn nur wer innere Stärke besitzt, kann nach außen strahlen. Das Themenspektrum ist vielfältig und reicht von den Veränderungen der Gesetzeslage über Marketing-Aktivitäten und Kurtaxe bis hin zu Tipps, Trends und Terminen.

- Ungezählte Gespräche und Rund-Mails

Dialog mit den Partnern

Der Hessische Heilbäderverband versteht sich als Teil eines großen Partnernetzwerkes. Das Tourismusnetzwerk Hessen, das der Hessische Tourismusverband und Hessen Tourismus aufgebaut haben, bietet eine hervorragende Grundlage für den Informationsaustausch speziell mit den touristischen Partnern.

- Tourismusnetzwerk Hessen

Dialog mit der Politik

Dialog von vielen Menschen mit vielen Menschen: Bei den Partnern aus Politik und Wirtschaft wirbt der Hessische Heilbäderverband um Vertrauen und Verständnis. Info-Briefe erläutern Zusammenhänge, stellen neue Projekte vor, zeigen Herausforderungen und Lösungsmöglichkeiten auf. Eine sehr gute Kommunikation besteht unter anderem mit der Hessischen Landesregierung und den Landtagsabgeordneten.

- 4 Info-Briefe und ungezählte Gespräche



Kommunikationsmedien

Imagebroschüre
in deutscher und englischer Sprache
„Heilbäder und Kurorte in Hessen –
Kur für die Seele“
„Spas and Health resorts in Hessen –
Cure for the soul“

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

3. KURerlebnistage

Präsentation der Veranstaltungen zu den
3. KURerlebnistagen in den Heilbädern
und Kurorten in Hessen.

Flyer „Gesundheitsangebote“

Gesundheitsangebote von der Heilquel-
le über Fastenkuren zu Trinkkuren und
Wohnmobilstellplätzen. Beilage zur Image-
broschüre.

Flyer „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 mit den Thermen und Bädern
in den Heilbädern und Kurorten in Hessen
mit Hinweis auf das jeweilige Natürliche
Heilmittel und weiteren außergewöhnlichen
Angeboten. Ein Serviceteil befasst
sich darüber hinaus mit den Freibädern.

Kommunikationspolitik

Insertionskampagne

Mit seinen Werbe-Aktivitäten konzentriert
sich der Hessische Heilbäderverband auf
die Herbst-Winter Saison. Innerhalb dieses
zeitlichen Rahmens werden gezielt An-

zeigen in Printmedien sowie Online- und Radio-Kampagnen geschaltet. Die Entscheidungen darüber bereitet der Ausschuss für Marke & Identität vor.

Medien:

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

Internetkampagne

Vor dem Hintergrund des zu überarbeitenden Internet-Auftritts haben sich die Bäderspezialisten dafür entschieden, die Online-Kampagne anzupassen und einzig im Reichweitenportal t-online.de zu werben. Dabei kamen sogenannte „Teaser“ zum Einsatz. Die Ergebnisse der Kampagne sind gemäß der Vorgaben ausgefallen.

- t-online.de (Advertorial Deutschlandreisen)
- t-online.de (Portalnetzwerk Anspruchsvolle Genießer)

Rundfunkkampagne

Antenne Mainz in Bad Homburg v. d. Höhe: Am Sonntag, dem 31. März 2019 war die Reise-Radioshow mit Hans-Mario Praetor in dem Heilbad mit Champagnerluft und Tradition zu Gast. Von hier aus ging es auf Rundreise durch alle Heilbäder und Kurorte in Hessen.

14 Tage Tipps und Trends: In lockerer Reihenfolge streute harmony.fm Informationen zu den Heilbädern und Kurorten in ihr Programm. Das Format zeigte sich auch 2019 erfolgreich.

Interviewpartner war jeweils Geschäftsführerin Almut Boller, in Bad Homburg v.d. Höhe auch Kurdirektor Holger Reuter.

- Radio harmony-fm.de jeweils mit Verlinkung der Internetseiten und Gewinnspiel

Messen und Ausstellungen

Auf ausgesuchte Messen und Ausstellungen konzentrierte sich auch 2019 der Marketing-Mix des Hessischen Heilbäderverbandes. Auf dieser Ebene ist es möglich, mit der Öffentlichkeit in Kontakt zu treten. Die Gespräche tragen auch zur Entwicklung neuer Angebote und Darstellungsformen bei.

Von den Präsentationen profitieren in einem besonderen Maße die Mitglieder des Verbandes, da sie selbst keine gesonderten Präsentationen einplanen müssen und die daraus resultierenden finanziellen und personellen Ressourcen anderweitig einsetzen können.

Messen & Ausstellungen 2019:

- ITB Berlin
- German Travel Mart Wiesbaden
- CMT Stuttgart
- Land & Genuss Frankfurt am Main
- Gesundheitstage Nordhessen

Verbindende Elemente

30 Heilbäder und Kurorte finden sich in Hessen. Alle sind sie einzigartig und ein jedes besonders – und doch sind sie miteinander verbunden. Das gilt für die fachliche Kompetenz und die kurspezifischen Voraussetzungen ebenso wie für das persönliche Miteinander. Der Ausschuss für Marke & Identität setzt deshalb regelmäßig Akzente, um die Verbundenheit für Gäste sowie Bürgerinnen und Bürger der Heilbäder und Kurorte sichtbar zu machen.

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

Die KURLIEGE

Gemeinsam mit der Möbel-Schreinerei Kunz und dem Entwicklerteam mit Professor Dr. Winfried Banzer, Sportmediziner an der Universität Frankfurt und Mitglied des Beirates Sportentwicklung des Deutschen Olympischen Sportbundes, und Allgemeinmedizinerin Dr. Maria Banzer entstand 2016 die KURLIEGE. Der außergewöhnliche Platz der Erholung ist aus heimischen Hölzern gebaut und rückenergonomisch geformt.

Bella

Ihren ersten richtigen Auftritt hatte Bella beim 16. Hessischen Kurtag in Bad Karlshafen. Seither ist die von der Kasseler Künstlerin Eva-Maria Frey geschaffene Skulptur die Botschafterin der Heilbäder und Kurorte in Hessen. Mit Hut und in einem farbenfrohen Kleid – natürlich im Design des Hessischen Heilbäderverbandes – blickt sie humorvoll umher und strahlt mit ihren weiblichen Rundungen vor allem eines aus: Lebensfreude pur!



Ab Frühjahr 2020 wird Bella in allen 30 Heilbädern und Kurorten in Hessen zu finden sein. Sie ist im Übrigen auch ein grandioses und sehr entspanntes Fotomodell.

Farben, Formen, Fakten

Geheimnisse der Natur

Mit der Serie über die Heilbäder und Kurorte in Hessen in der Frankfurter Neuen Presse setzten die Heilbäder und Kurorte in Hessen neue Maßstäbe. Dafür überzeugten sich die Journalistinnen und Journalisten direkt an Ort und Stelle von den Kur-Angeboten. Aus diesem gemeinsamen Projekt sind Sonderbeilagen in der Frankfurter Neuen Presse mit Höchster Kreisblatt, Taunus Zeitung, Nassauischen Neuen Presse, Frankfurter Allgemeinen Zeitung und Frankfurter Rundschau sowie erstmals 2019 in der Hessischen Niedersächsischen Allgemeinen entstanden.

Die Broschüre Geheimnisse der Natur erzählte von der wohltuenden Wirkung und den Besonderheiten der Natürlichen Heilmittel. Das in der Sonderauflage enthaltene – aber nicht beworbene – Gewinnspiel hat zu einer überdurchschnittlich hohen Anzahl an Rückmeldungen geführt.

Foto-Archiv

Das Bildarchiv des Hessischen Heilbäderverbandes umfasst Aufnahmen zahlreicher Themenbereiche. Zeitgemäß und zielgruppengerecht setzt Profifotograf Heiko Rhode die Heilbäder und Kurorte in Hessen in Szene.

Hessen in Berlin

Mit 10.000 ausstellenden Organisationen und Unternehmen aus über 180 Ländern ist die Internationale Tourismusbörse in Berlin die Leitmesse der Branche „Kur & Tourismus“. Der Messestand, an dem sich

alljährlich Landesverbände und Destinationen präsentieren, wird durch das Land Hessen, Hessen Tourismus, tcf Frankfurt, Wiesbaden Congress & Marketing sowie ihre großartigen Teams perfekt organisiert. Herzlichen Dank dafür!

„Helden des Alltags“

All jenen, die uns Tag für Tag an unserer Seite stehen und das Unmögliche möglich machen, ist die Aktion „Helden des Alltags“ gewidmet. Die eigens entwickelten Postkarten für die Aktion stärken die Verbundenheit in und mit den Heilbädern und Kurorten.

Unsere neuen Kurdirektoren

Einen wesentlichen Beitrag zur Neube-gründung der Tradition hat die Kampagne „Unsere neuen Kurdirektoren“ geleistet, die all jenen gewidmet ist, die die Kur so lebendig und erlebnisreich machen. Im Frühjahr 2020 wird die Kampagne neu aufgelegt. Ein Schritt, den uns auch eine führende Tourismusagentur empfohlen hat: „Mit dieser Kampagne wart ihr der Zeit weit voraus. Wiederholt sie. Jetzt“.



Internet-Auftritt

www.hessische-heilbaeder.de

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

Um den aktuellen Marktgegebenheiten Rechnung zu tragen, ist ein neuer Internetauftritt in Vorbereitung. Er beruht auf den Entwicklungen der Marke DIE KUR und enthält bereits das neue Corporate Design.

Soziales Netzwerk

Facebook & Co.

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

- Heilbäder und Kurorte in Hessen
- Hessischer Heilbäderverband.

Film

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

Mit und für
die KUR

Ein erfolgreiches Jahr

Ein Jahr vergeht so schnell. Wenn wir kurz innehalten, entdecken wir im Rückspiegel tolle Aktionen, Präsentationen und Aktivitäten, die die Heilbäder und Kurorte gemeistert haben. Wir sind dankbar für das gemeinsame Agieren aller Partner, das uns so erfolgreich macht!

! DIE KUR: Auf Tradition gebaut – in die Zukunft geschaut

Die Heilbäder und Kurorte in Hessen sind Initiatoren und Ideengeber der Marke DIE KUR, sie pusteten den Staub von der Oberfläche des Begriffs, polierten ihn auf und interpretierten ihn modern und zeitgemäß. Dazu haben sie unter anderem fünf Säulen formuliert, zu denen die Natürlichen Heilmittel ebenso zählen wie die kurspezifische Infrastruktur der prädikatisierten Orte.

Die Grundlagen für die Markenführung im Verbandswesen sind gelegt, nun gilt es die Marke in der hessischen Bäderfamilie zu implementieren. Dazu finden zweitägige Werkstätten in allen Heilbädern und Kurorten in Hessen statt. Nach dem Aufbau des Markenverständnisses werden die Besonderheiten herausgefiltert und konkrete Schritte besprochen, wie die Marke an Ort und Stelle erlebt werden kann. Das theoretische Konstrukt „Marke“ wird in das Leben übersetzt.

Die Marke DIE KUR bietet den Heilbädern und Kurorten die Chance, sich neu und zukunftsgerecht aufzustellen, ihre Einzigartigkeit zu zeigen und neue Gäste zu gewinnen. Dazu werden die Mitarbeit und das Engagement aller benötigt, denn nur das gemeinschaftliche Vorgehen und eine „Prise Mut“ führen zum Ziel.

Hessische Bäderfamilie erhält Ehrenpreis des Hessischen Tourismus- preises 2019

Für die Entwicklung, Neu-Begründung und Gestaltung der Marke DIE KUR hat die Hessische Bäderfamilie den Ehrenpreis des Hessischen Tourismuspreises 2019 erhalten. Mit den Worten „Die Jury sieht in der Entwicklung der Marke DIE KUR einen herausragenden Ansatz, die Heilbäder und Kurorte in Hessen neu zu positionieren und zukunftsgerecht weiter zu entwickeln“, überreichte der Staatssekretär des Hessischen Wirtschaftsministeriums, Dr. Philipp Nimmermann, die Auszeichnung an die mutigen Kurexperten, die den Preis gemeinsam entgegennahmen.

„Als wir uns vor einiger Zeit erstmals wieder mit der Kur befasst haben, sind wir an vielen Stellen auf Unverständnis gestoßen. Umso mehr freuen wir uns, dass unser Ziel, die Kur als Marke mit neuen Inhalten zu füllen und zu etablieren, die Anerkennung und Wertschätzung unserer touristischen Partner und der Hessischen Landesregierung findet“, freut sich der Vorsitzende des Hessischen Heilbäderverbandes, Michael Köhler. „Den Weg für diese Neuausrichtung haben uns auch diejenigen geebnet, die über Jahrzehnte den Hessischen Heilbäderverband gestaltet haben. Dafür sind wir sehr dankbar!“

„Wir sind völlig aus dem Häuschen“ erzählt die Geschäftsführerin des Hessischen Heilbäderverbandes, Almut Boller, begeistert. „Gemeinsam haben wir uns für die Marke DIE KUR entschieden und gemeinsam entwickelt wir sie. Der Preis gebührt all jenen, die die hessische Bäderfamilie und die Marke DIE KUR leben.“

Qualitätssicherung

Die Prädikate

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

Erfolgreich bestanden

Die folgenden Prädikate wurden 2019 verliehen:

Bad Soden am Taunus
Heilquellenkurbetrieb
Willingen
Heilklimatischer Kurort
Kneipp-Heilbad
Willingen-Usseln
Heilklimatischer Kurort

Hessischer Fachausschuss für Kurorte, Erholungsorte und Tourismusorte

Die Vergabe der Prädikate an die Heilbäder und Kurorte in Hessen und auch an die Tourismusorte ist Aufgabe des Fachausschusses, der beim Regierungspräsidium Kassel angesiedelt ist. Für die hervorragende Zusammenarbeit danken wir

Dr. Walter Lübecke (†)
Reinhard Otto
Horst Wenzel

QualitätKompakt

Die Initiative „QualitätKompakt“ für den Tourismus in Hessen bietet Betrieben und Unternehmen die Zertifizierungssysteme:

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

Unsere Partner

Prüfungsausschuss „Kaufmann für Tourismus und Freizeit“

Die Ausbildung zur Kauffrau oder zum Kaufmann für Tourismus und Freizeit fördert Nachwuchskräfte zum Beispiel in den städtischen Tourismusinformationszentren, bei Kultur-, Event- und Freizeitageuren, Freizeitparks oder natürlich auch bei Heilbädern und Kurorten. Im Prüfungsausschuss der IHK Frankfurt engagiert sich Geschäftsführerin Almut Boller.

Auf einen Blick

Die Interessensvertretung in Bund, Land und Region ist bedeutender Aufgabenschwerpunkt des Hessischen Heilbäderverbandes. Der Verband ist bewusst und sehr gerne Partner zahlreicher Verbände, Vereinigungen und Ausschüsse.

Deutscher Heilbäderverband e.V.

Zum Deutschen Heilbäderverband gehören Landes-Heilbäderverbände sowie Fachverbände des Kur- und Bäderwesens. Im Vorstand werden die Heilbäder und Kurorte in Hessen durch ihren Vorsitzenden, Bürgermeister Michael Köhler, vertreten.

Präsidentin

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

Vize-Präsidenten

Thomas Richter
Bürgermeister, Bad Liebenwerda

Fritz Link

Bürgermeister, Königsfeld

Die Ausschüsse mit ihren hessischen Vertretern

Begriffsbestimmungen, Standardisierung, Prädikatisierung

Günter Göpfert, stellvertretender Betriebsleiter TriWiCon Wiesbaden

Europa-Angelegenheiten

Dr. Dirk Thom, Kurdirektor
Bad Orb

Finanzen, Wirtschaft und Strukturen

Almut Boller, Geschäftsführerin
Wiesbaden

PR und Kommunikation

Almut Boller (Vorsitz), Geschäftsführerin
Wiesbaden

Sozialrecht

Frank Hix, Bürgermeister
Bad Sooden-Allendorf

Wissenschaft, Forschung und Entwicklung

Die zentrale Aufgabe des Deutschen Heilbäderverbandes ist die Interessenvertretung des Kur- und Bäderwesens auf der bundesdeutschen Ebene. Die Gespräche mit den Vertretern aus Politik und Wirtschaft oder die Mitwirkung in Gremien sind wichtige Bestandteile des Aktivitätsplanes, um die Positionen der Heilbäder und Kurorte darzustellen und zu sichern.

Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen

Von großem Vertrauen und Wertschätzung ist die Zusammenarbeit mit dem Hessischen Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen geprägt. Für das sehr gute Miteinander, die ungezählten Gespräche und noch mehr E-Mails danken wir

Ulrike Franz-Stöcker

Referatsleiterin

Ute Hellberg

Edeltraud Schindler

Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz

Mit der Entwicklung der Strategie für den Tourismus im ländlichen Raum hat sich

auch die Zusammenarbeit mit dem Hessischen Umweltministerium gefestigt. Für das gute Miteinander danken wir

Matthias Trümmer
Referatsleiter

Gudrun Scheld

Brigitte Rott

HA HessenAgentur GmbH

Der Tourismuspolitische Handlungsrahmen, der Strategische Marketingplan sowie die Entwicklung der Strategie für den Tourismus im Ländlichen Raum waren die Themen der Abteilung Hessen Tourismus der HA HessenAgentur GmbH. Die Heilbäder und Kurorte werden im Marketing-Beirat und in den strategischen Prozessen durch Geschäftsführerin Almut Boller vertreten. Unser herzliches Dankeschön geht an

Herbert Lang

und das gesamte Team des Hessen Tourismus

Hessischer Tourismusverband

Die Bedeutung von Kur & Tourismus in der Politik und den Medien zu erhöhen, ist das gemeinsame Ziel des Hessischen Tourismusverbandes und des Hessischen Heilbäderverbandes. Der Hessische Tourismusverband zeichnet auch für die Umsetzung des Tourismuspolitischen Handlungsrahmens verantwortlich. Im Vorstand vertritt Vorsitzender Michael Köhler die Interessen der Heilbäder und Kurorte. Unser herzlicher Dank gilt

Landrat Manfred Michel, Vorsitzender,
Limburg-Weilburg

Hartmut Reiß, Geschäftsführer, Marburg

Yvonne Heider, Geschäftsstelle, Marburg

Medical Network FrankfurtRheinMain

„Medizintourismus auf ausländischen Märkten“ steht im Fokus des Medical Network FrankfurtRheinMain, zu dessen Gründungsmitgliedern der Hessische

Heilbäderverband zählt. Die Heilbäder und Kurorte in Hessen werden durch Geschäftsführerin Almut Boller vertreten. Für die gute Zusammenarbeit danken wir Holger Reuter, Kurdirektor, Bad Homburg v.d. Höhe
Burkhard Bigalke, Geschäftsführer, Bad Homburg v. d. Höhe

Verband der Heilklimatischen Kurorte Deutschlands

Der Verband der Heilklimatischen Kurorte Deutschlands hat die Grundlagen für eine neue strategische Ausrichtung gelegt und leistet damit einen Beitrag zur Profilierung der Natürlichen Heilmittel. Ein besonderes Dankeschön geht an

Vorsitzenden Maximilian Hillmeier, Bad Hindelang

Geschäftsführer Michael Krause, Freudenstadt (bis Frühjahr 2019)

Geschäftsführerin Asli Noyan, Bad Lippspringe (seit Frühjahr 2019)

und Oliver Schütze, Marketing

Geschäftsführerin Almut Boller ist seit 2013 die stellvertretende Vorsitzende.

Verband der Ersatzkassen e.V.

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

IHK Frankfurt am Main

Die IHKs setzen sich gemeinsam mit ihren Mitgliedsunternehmen für die Wirtschaft vor Ort ein. Geschäftsführerin Almut Boller engagiert sich im Ausschuss für Tourismus. Unser Dankeschön gilt

Thomas Reichert, Ausschuss-Vorsitzender
Dr. Alexander Theiss, Geschäftsführer
Martin Süß

Ehrenvorsitzende

Antonius Weber
Bürgermeister i. R., Königstein im Taunus

Ronald Gundlach
Bürgermeister i. R., Bad Sooden-Allendorf

Ehrenvorstandsmitglieder

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

Heinrich Haupt, Bürgermeister a. D.
Bad Zwesten

Rainer Kowald, Kurdirektor
Königstein im Taunus

Wolfgang Schmidt, Kurdirektor
Schlangenbad

Volker Zimmermann, Bürgermeister a.D.
Bad Wildungen

Wahre Helden

Wer alles für selbstverständlich nimmt, verpasst wahre Wunder: Das Leben spielt uns leichte und schwere Aufgaben zu, fordert uns heraus und gibt uns manchmal nahezu überirdische Kräfte. Wir sind sehr dankbar für das offene, ehrliche und vertrauensvolle Miteinander. Das macht die hessische Bäderfamilie zu etwas ganz Besonderem.

Wir danken allen Partnern und Freunden, allen, die wir erwähnt haben und allen, die wir vergessen haben zu erwähnen (dafür entschuldigen wir uns natürlich): Sie sind unsere wahren Helden!

Viel zu früh

2019 haben uns Menschen verlassen, die uns über lange Jahre treu und verlässlich begleitet haben. Die hessische Bäderfamilie trauert um Dr. Walter Lübcke, Regierungspräsident Kassel, der einem abscheulichen Verbrechen zum Opfer gefallen ist, sowie um Holger Schach, Regionalmanagement Nordhessen.

Impressum

Herausgeber

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

Konzept und Gestaltung

welKOM. Kommunikationsdesign
GmbH, Wiesbaden
Hessischer Heilbäderverband e.V.

Beiträge

Almut Boller, Geschäftsführerin
Michael Köhler, Vorstandsvorsitzender
Holger Reuter, Ausschuss für
Betriebswirtschaft
Dr. Dirk Thom, Europaspreecher

Fotos

Heiko Rhode, foto-rhode.de
Almut Boller
Hessischer Heilbäderverband

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

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

