

**BAYERISCHER
HEILBÄDER-VERBAND E.V.**



JAHRESBERICHT 2015

Bayerischer Heilbäder-Verband e.V.

Herausgeber: Bayerischer Heilbäder-Verband e.V.
Rathausstraße 6-8
94072 Bad Füssing
Telefon: 08531 975-590
Telefax: 08531 21367
E-Mail: gs@bayerischer-heilbaeder-verband.de
Internet: www.bayerischer-heilbaeder-verband.de

Redaktion: Rudolf Weinberger, Claudia Meier

Layout und Druck: Druckerei Fuchs, Freyung

INHALTSVERZEICHNIS



VORWORT	2
MITGLIEDER	4
■ Kommunen und Betriebe	4
■ Ehrenvorsitzender, Ehrenmitglieder, Inhaber der Ehrenmedaille	5
AUS DEM VERBAND	6
■ Gremien	6
■ Sitzungstermine	8
■ Frühjahrstagung in Bad Endorf	9
■ 69. Bayerischer Heilbädertag in Bad Staffelstein	10
■ Verbandsgeschehen	11
FINANZEN	16
■ Haushaltsrechnung 2015	16
■ Bericht der Rechnungsprüfer	17
■ Bilanz zum 31. Dezember 2015	19
MARKETING	20
■ Marketingbudget 2015	20
■ Marketingmaßnahmen 2015	23
■ Markenprozess „Gesundes Bayern“	27
PR & ÖFFENTLICHKEITSARBEIT	32
■ BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH	32
■ PR-Agentur Rosi Raab	33
DEUTSCHER HEILBÄDERVERBAND E.V.	34
■ Aus dem Verband	34
■ Delegierte und Ausschüsse	34
STATISTIKEN	36
■ Fallzahlen für ambulante Vorsorgeleistungen	36
■ Übernachtungen und Gästeankünfte	37
■ Aufenthaltsdauer, Bettenzahl und Bettenauslastung	40



Sehr geehrte Mitglieder, liebe Freunde und Förderer der bayerischen Heilbäder und Kurorte,

ein erfolgreiches Jahr 2015 liegt hinter uns – und das gleich in mehrfacher Hinsicht:

- Die bayerischen Heilbäder und Kurorte konnten ihre starke Position im Tourismus behaupten,
- der Bayerische Heilbäder-Verband e.V. hat wichtige Forschungsprojekte und Kooperationen angestoßen und
- die Entwicklung unserer Marke „Gesundes Bayern“ zielstrebig vorangebracht.

Die Heilbäder und Kurorte waren auch 2015 ein starker Wirtschaftsfaktor im bayerischen Tourismus. 21,9 Millionen Übernachtungen bedeuten ein Plus von 1,7 Prozent. Bei den Gästeankünften lagen wir mit einem Zuwachs von 6,4 Prozent über dem bayernweiten Durchschnitt. Insgesamt registrierten wir 4,9 Millionen Ankünfte. Jede vierte Übernachtung findet nach wie vor in einem bayerischen Heilbad oder Kurort statt.

Doch darauf ruhen wir uns nicht aus. Wir müssen wettbewerbsfähig bleiben, wir müssen unser Profil als Gesundheitskompetenzzentren schärfen und uns weiter entwickeln. Deshalb gaben wir auf der Frühjahrstagung 2015 in Bad Endorf den Startschuss für unsere Markenoffensive. Mit unserer Marke „Gesundes Bayern“ wollen wir die medizinisch-therapeutischen Kompetenzen unserer Mitglieder stärker herausstellen. Denn der Gesundheitstourismus ist ein Zukunftstrend, da müssen wir uns in Zukunft besser aufstellen. „Gesundes Bayern“ ist unsere Marke – aber wir haben sie noch zu wenig mit Inhalten gefüllt.

Die Grundlagen für die Offensive lieferten die Firmen Project M und Keck Medical. Sie untersuchten die Kompetenzen der bayerischen Heilbäder und Kurorte und erarbeiteten die Trends im Gesundheitstourismus. Das Fazit: Wir haben gute Ansätze, schöpfen

unser Potenzial aber noch nicht voll aus. Das größte Potenzial für die Heilbäder und Kurorte sieht Project M bei den Reisen für gesundheitlich eingeschränkte Personen. Hier gibt es spezielle Zielgruppen, die sich aufgrund ihrer gesundheitlichen Probleme gerade die Heilbäder und Kurorte mit ihren ortsgebundenen Heilmitteln oder traditionellen Naturheilverfahren aussuchen. Beispiele dafür sind etwa Bad Hindelang als allergenfreies Heilbad oder Scheidegg, das als glutenfreier Urlaubsort wirbt. Diesen Weg müssen wir weiter beschreiten! In Regionalkonferenzen loteten wir zunächst gemeinsam mit Kommunalpolitikern die Chancen für eine Spezialisierung der Heilbäder und Kurorte aus.

Zum Markenprozess gehört auch die weitere Digitalisierung. Mit Hilfe des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie starteten wir eine Digitalisierungsoffensive. Mit einer neuen Homepage, einer verbesserten App und dem Ausbau des „Gesundheitsfinders“ wird es künftig mehr Service und Information für die Gäste geben.

Zukunftsaufgabe Prävention

Die Zahl der ambulanten Vorsorgeleistungen geht weiter dramatisch zurück. 2015 gab es deutschlandweit nur mehr 46.070 Kuren – Mitte der 1990er Jahre waren es noch knapp 900.000. Dabei ist Prävention wichtiger denn je. Wir möchten die Qualität der Kuren in unseren Heilbädern und Kurorten untermauern und haben deshalb auf dem 69. Bayerischen Heilbädertag in Bad Staffelstein die Studie BAVARIA gestartet. Damit wollen wir wissenschaftlich belegen, dass ein mehrwöchiger Aufenthalt in einem bayerischen Heilbad oder Kurort nachhaltiger wirkt als die ambulante Therapie am Wohnort. Die Studie wird vom Lehrstuhl für Public Health und Versorgungsforschung (IBE) der Ludwig-Maximilians-Universität München durchgeführt und vom Bayerischen Landesamt für Gesundheit und Lebensmittelsicherheit aus den Mitteln des

Bayerischen Staatsministeriums für Gesundheit und Pflege gefördert.

Mit einem zweiten Projekt beschreiten wir Neuland: Für Pflegekräfte soll es in Bayern künftig eigene und maßgeschneiderte Präventionsangebote geben. Der Bayerische Heilbäder-Verband e.V. und der Bundesverband privater Anbieter sozialer Dienste e.V. (bpa) unterzeichneten auf dem Heilbädertag in Bad Staffelstein eine entsprechende Kooperationsvereinbarung. Gemeinsam wollen wir im Dialog mit Pflegekräften mehrtägige Präventionsmaßnahmen entwickeln. Ein erstes Pilotprojekt wird derzeit bereits in Bad Reichenhall erarbeitet.

Auch die Bayerische Staatsregierung hat Akzente gesetzt: Sie erarbeitete einen Präventionsplan und rief im Herbst 2015 das erste Bündnis für Prävention ins Leben. Das neue Bündnis soll dabei helfen, die Gesundheit der Menschen im Freistaat weiter zu verbessern.

Änderungen in der Vorstandschaft des Bayerischen Heilbäder-Verbandes e.V.

Die Arbeit wird also auch nächstes Jahr nicht weniger werden! Wir packen sie mit Zuversicht und einem engagierten Team an. Ich bedanke mich für das Vertrauen und die Wiederwahl zum Vorsitzenden des Bayerischen Heilbäder-Verbandes e.V. Lange Weggefährten im Vorstand haben wir beim Heilbädertag in Bad Staffelstein verabschiedet, neue Kollegen in den Vorstand aufgenommen. Stellvertretender Vorsitzender bleibt Bürgermeister Alois Brundobler aus Bad Füssing, als Geschäftsführer fungiert weiter Rudolf Weinberger, Kurdirektor in Bad Füssing. Neu im Amt als Schatzmeister ist Bürgermeister Peter Berek aus Bad Alexandersbad. Sein Vorgänger Sepp Höfer trat aus Altersgründen nicht mehr zur Wahl an. Er wurde auf dem Heilbädertag zum Ehrenmitglied ernannt. Vielen Dank, Sepp, für die langjährige ausgezeichnete Arbeit! Georg

Overs und Werner Angermüller kandidierten aus beruflichen Gründen nicht mehr für die Vorstandschaft. Herzlichen Dank auch an diese geschätzten Kollegen! Marketingausschuss und Preiskommission hingegen werden auch weiterhin von bewährten Kräften geführt: von Thomas Jahn aus Bad Aibling und Ernst A. Stapfer, Werkleiter der Europa Therme Bad Füssing.

Des Weiteren bedanke ich mich herzlich für die tatkräftige Unterstützung der Bayerischen Staatsregierung, bei Ministerin Ilse Aigner und Staatssekretär Franz Josef Pschierer aus dem Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie sowie bei Ministerin Melanie Huml, Bayerisches Staatsministerium für Gesundheit und Pflege. Das gilt auch für die Ministerialräte Dr. Otto Ziegler und Dr. Peter Hauer sowie Dr. Robert Aures. Sie haben alle einen großen Anteil an unserem Erfolg.

Für die professionelle Zusammenarbeit bedanke ich mich bei der BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH, insbesondere bei den Geschäftsführern Dr. Martin Spantig und Jens Huwald sowie bei Monica Tetzner, Alina Freiberg und bei der PR-Agentur Rosi Raab. Ein herzliches Dankeschön auch an Claudia Meier von der Geschäftsstelle. Sie hat einen wesentlichen Anteil daran, dass die Zusammenarbeit reibungslos läuft.

Ich bin mir sicher, gemeinsam werden wir die Herausforderungen der nächsten Jahre bestehen und unsere Marke erfolgreich weiter entwickeln!

Freundliche Grüße

Ihr



Klaus Holetschek, MdL
Vorsitzender

MITGLIEDER

ALLGÄU/BAYERISCH SCHWABEN

Kommunen:

Fischen
Füssen
Bad Grönenbach
Bad Hindelang
Krumbach
Oberstaufen
Oberstdorf
Ottobeuren
Oy-Mittelberg
Pfronten
Scheidegg
Bad Wörishofen

Betriebe:

Heilbad Krumbach GmbH, Krumbach

OBERBAYERN

Kommunen:

Bad Aibling
Bad Bayersoien
Tourismusregion Berchtesgaden-Königssee
Bad Endorf
Bad Feilnbach
Garmisch-Partenkirchen
Bad Heilbrunn
Bad Kohlgrub
Priem am Chiemsee
Bad Reichenhall/Bayerisch Gmain
Tegernseer Tal (Tegernsee, Bad Wiessee, Rottach-Egern und Kreuth)
Bad Tölz

Betriebe:

Chiemgau Thermen, Bad Endorf
klinik+more Reithofpark
GmbH & Co. KG, Bad Feilnbach
Medical Park Klinik St. Hubertus, Bad Wiessee
Adelholzener Alpenquellen GmbH, Siegsdorf

OSTBAYERN

Kommunen:

Bad Abbach
Bad Birnbach
Eging a.See
Bad Füssing
Bad Gögging
Bad Griesbach
Bad Kötzing
Neualbenreuth

Betriebe:

Asklepios Kliniken Bad Abbach GmbH
Kaiser-Therme, Bad Abbach
Rottal Terme, Bad Birnbach
Europa Therme, Bad Füssing
Johannesbad, Bad Füssing
Limes-Therme, Bad Gögging
Römerbad-Kliniken, Bad Gögging
Fachklinik St. Lukas, Bad Griesbach
Hartl Resort, Bad Griesbach
Wohlfühl-Therme, Bad Griesbach
Sibyllenbad, Neualbenreuth
Historisches Besucherbergwerk Bodenmais
BHS GmbH

FRANKEN

Kommunen:

Bad Alexandersbad
Bad Berneck
Bischofsgrün
Bad Bocklet
Bad Brückenau Stadt
Bad Brückenau Staatsbad
Bad Kissingen
Bad Königshofen
Bad Neustadt
Bad Rodach
Bad Steben
Treuchtlingen
Weißenstadt
Bad Windsheim

Betriebe:

Lohengrin Therme, Bayreuth
Kurhaus, Bad Bocklet
Malteser Klinik von Weckbecker, Bad Brückenau
Obermain Therme, Bad Staffelstein
Altmühltherme, Treuchtlingen
Franken-Therme Bad Windsheim GmbH

EHRENVORSITZENDER

Walter Rundler, Bad Kissingen

EHRENMITGLIEDER

Hans-Wolfgang Städtler, Herrieden

Toni Müller, Bad Endorf

Walter Grath, Oberstaußen

Herbert Fischhaber, Bad Wiessee

Sepp Höfer, Großholzhausen
(ab 17. November 2015)



INHABER DER EHRENMEDAILLE

Walter Besler, Ofterschwang

Detlev Janetzek, Nürnberg

Dr. Herbert Pfisterer, Bischofswiesen

Ernst Wittmann, Bischofswiesen

Heinz Egginger, Malching

Prof. Dr. Dr. Dipl.-Phys.
Jürgen Kleinschmidt, München

Werner Büchele, Bad Wörishofen
(ab 17. November 2015)



AUS DEM VERBAND

GREMIEN

VORSTANDSCHAFT

Vorsitzender:	Klaus Holetschek, MdL, Memmingen
Stellvertretender Vorsitzender:	Alois Brundobler, Bad Füssing
Schatzmeister:	Sepp Höfer, Großholzhausen
Beisitzer:	Werner Angermüller, Bad Königshofen
	Sepp Barth, Bad Kötzing
	Max Hillmeier, Bad Hindelang
	Gabriella Squarra, Bad Reichenhall/Bayerisch Gmain
	Georg Overs, Tegernseer Tal

MARKETINGAUSSCHUSS

Vorsitzender:	Thomas Jahn, Bad Aibling
Stellvertretender Vorsitzender:	Thomas Beck, Bad Bocklet
Beisitzer:	Florian Hoffrohne, Bad Feilnbach
	Martin Mayer, Bad Griesbach
	Sonja Prem, Bad Füssing
	Horst Graf, Bad Wörishofen
	Anne Maria Schneider, Bad Staffelstein

PREISKOMMISSION

Vorsitzender:	Ernst A. Stapfer, Bad Füssing
Stellvertretender Vorsitzender:	Ottmar Lang, Bad Steben
Beisitzer:	Hans-Josef Stich, Bad Staffelstein
	Franz Bauer, Bad Gögging
	Karl Zettl, Bad Gögging
	Walter Battisti, Bad Reichenhall
	Werner Büchele, Bad Wörishofen

RECHNUNGSPRÜFER

Tilman Kaiser, Bad Abbach
Gotthard Hierbeck, Eging a.See

NEUWAHLEN AM 17. NOVEMBER 2015

VORSTANDSCHAFT

Vorsitzender:	Klaus Holetschek, MdL, Memmingen
Stellvertretender Vorsitzender:	Alois Brundobler, Bad Füssing
Schatzmeister:	Peter Berek, Bad Alexandersbad
Beisitzer:	Frank Oette, Bad Kissingen Sepp Barth, Bad Kötzing Max Hillmeier, Bad Hindelang Gabriella Squarra, Bad Reichenhall/Bayerisch Gmain Stephan Köhl, Tegernseer Tal Tourismus GmbH

MARKETINGAUSSCHUSS

Vorsitzender:	Thomas Jahn, Bad Aibling
Stellvertretender Vorsitzender:	Thomas Beck, Bad Bocklet
Beisitzer:	Jasmine Holfeld, Ammergauer Alpen GmbH Martin Mayer, Bad Griesbach Sonja Prem, Bad Füssing Horst Graf, Bad Wörishofen Birgit Schrott, Fischen Christoph Schmitz, Treuchtlingen

PREISKOMMISSION

Vorsitzender:	Ernst A. Stapfer, Bad Füssing
Stellvertretender Vorsitzender:	Ottmar Lang, Bad Steben
Beisitzer:	Hans-Josef Stich, Bad Staffelstein Franz Bauer, Bad Gögging Karl Zettl, Bad Gögging Walter Battisti, Bad Reichenhall Petra Nocker, Bad Wörishofen

RECHNUNGSPRÜFER

Tilman Kaiser, Bad Abbach
Gotthard Hierbeck, Eging a. See

SITZUNGSTERMINE

VORSTANDSCHAFT

10.02.2015	Vorstandssitzung in München
16.03.2015	Vorstandssitzung in Bad Endorf
29.06.2015	Vorstandssitzung in Bad Birnbach
14.09.2015	Vorstandssitzung in Bad Kohlgrub
04.11.2015	Vorstandssitzung in Krumbach
16.11.2015	Gemeinsame Sitzung mit dem Tschechischen Heilbäderverband in Bad Staffelstein

MARKETINGAUSSCHUSS

18.02.2015	Ausschusssitzung in München
27.07.2015	Gemeinsame Sitzung mit dem Marketingausschuss des Heilbäderverbandes Baden-Württemberg in Ulm
10.09.2015	Ausschusssitzung in München
21.10.2015	Ausschusssitzung in München
15.12.2015	Ausschusssitzung in München

PREISKOMMISSION

10.12.2015	Ausschusssitzung in Bad Gögging
------------	---------------------------------

FRÜHJAHRSTAGUNG IN BAD ENDORF

Die Mitgliederversammlung des Bayerischen Heilbäder-Verbandes e.V. stimmte im Rahmen der Frühjahrstagung am 17. März 2015 in Bad Endorf zu, die Marke „Gesundes Bayern“ neu auszurichten, um die medizinisch-therapeutische Kompetenz der bayerischen Heilbäder und Kurorte herauszustellen.

Die Grundlage des Markenprozesses bilden einerseits die Ergebnisse der Mitgliederbefragung im Herbst 2014 sowie die Untersuchungen der Agenturen PROJECT M GmbH und KECK medical. „In den bayerischen Heilbädern und Kurorten gibt es viele gute Ansätze, aber auch noch Potenzial, das bisher nicht völlig ausgeschöpft wurde“, erklärte Cornelius Obier, Geschäftsführer von PROJECT M. Die Erhaltung der Gesundheit werde angesichts des geänderten Lebensstils und der zunehmenden Volkskrankheiten wie Diabetes immer wichtiger. Eine wesentliche Rolle im Gesundheitstourismus spielt auch der technische Wandel. Mehr als jeder zehnte Deutsche hat inzwischen eine Gesundheits-App auf seinem Smartphone. Jeder vierte Deutsche nutzt das Smartphone, um sich über Gesundheitsthemen zu informieren. Die Tendenz ist steigend. Darüber hinaus steht diesen Faktoren ein steigendes Interesse der Deutschen an Gesundheitsreisen gegenüber. Zwei Drittel der Deutschen wollen in den nächsten drei Jahren einen Gesundheitsurlaub machen oder erwägen ihn. 85 Prozent der Gesundheitsurlauber reisen in Heilbäder und Kurorte.

Auch der starke Wettbewerbsdruck, insbesondere aus dem Ausland, macht die Weiterentwicklung der Marke „Gesundes Bayern“ notwendig, denn nur mit innovativen Angeboten und einem hohen Spezialisierungsgrad kann sich der Gesundheitsstandort Bayern klar von der Konkurrenz abgrenzen.

Das größte Potenzial für die bayerischen Heilbäder und Kurorte sieht PROJECT M bei Reisen für gesundheitlich eingeschränkte Personen. „Beim Urlaub für chronisch Kranke, pflegende Angehörige oder Menschen mit Mobilitätseinschränkungen gibt es noch viel Luft nach oben“, so Cornelius Obier. „Hier gibt es spezielle Zielgruppen, die sich gerade die Heilbäder und Kurorte aufgrund ihrer eigenen, ortsgebundenen Heilmittel selbst suchen können.“ Beispiele dafür sind etwa Bad Hindelang als allergikerfreundliche Kommune oder Scheidegg, das als glutenfreier Urlaubsort wirbt.

Der Bayerische Heilbäder-Verband e.V. wird seine Mitglieder bei der Entwicklung entsprechender Angebote und Netzwerke unterstützen, um die bayerischen Heilbäder und Kurorte als gesundheitstouristische Destinationen zu stärken.



Stefan Bammer, Klaus Holetschek, Doris Laban, Cornelius Obier und Dr. med. Andreas Keck

Startschuss für die Markenoffensive „Gesundes Bayern“



Vortrag von Cornelius Obier, PROJECT M

Fotos: PR-Agentur Rosi Raab

69. BAYERISCHER HEILBÄDERTAG IN BAD STAFFELSTEIN

Der Bayerische Heilbäder-Verband e.V. und der Bundesverband privater Anbieter sozialer Dienste e.V. (bpa) haben im Rahmen des 69. Bayerischen Heilbädertages am 16. November 2015 in Bad Staffelstein eine Kooperationsvereinbarung unterzeichnet. Ziel ist es, ein maßgeschneidertes Präventionsangebot für Pflegekräfte in Bayern zu entwickeln.

„Nach dem AOK-Report Pflege ist der Krankenstand der Beschäftigten in den bayerischen Pflegeheimen um mehr als 40 Prozent höher als der Durchschnitt der Beschäftigten aller Branchen“, sagte Klaus Holetschek zur Begründung für diese Initiative. „Das ist kein Wunder, denn Pflegekräfte arbeiten unter einer hohen psychischen und körperlichen Belastung. Wir müssen jetzt auch handeln. Die steigenden Zahlen von Pflegebedürftigen machen die Arbeit der Pflegekräfte zunehmend unentbehrlich“, so Holetschek weiter.

Der bpa unterhält bundesweit 9.000 Pflegeeinrichtungen mit rund 300.000 Mitarbeitern. 1.000 Einrichtungen sind das größte Kapital der Unternehmen, deshalb machen wir gerne mit. In 20 Jahren werden wir vier Millionen Pflegebedürftige haben. Unser Anliegen ist deshalb, unsere Mitarbeiter gesund zu halten“, sagte bpa-Vorsitzender Bernd Meurer.

Auch Staatsministerin Melanie Huml sicherte den beiden Verbänden ihre Unterstützung zu. „Dieses Projekt ist sinnvoll. Die Pflegekräfte gehören zu einer Berufsgruppe, die mit sehr viel Herz bei der Sache ist, um alle Anforderungen von Pflegebedürftigen und Angehörigen zu erfüllen und die darüber vergisst, auf sich selbst zu schauen“, so die Ministerin.

Als symbolische Geste der Wertschätzung überreichte der Bayerische Heilbäder-Verband e.V. jeweils einen Gutschein über zehn Freiaufenthalte für Pflegekräfte an Staatsministerin Melanie Huml und den bpa.

In der nichtöffentlichen Mitgliederversammlung am 17. November 2016 standen Neuwahlen auf dem Programm. Die Mitglieder des Bayerischen Heilbäder-Verbandes e.V. bestätigten Klaus Holetschek einstimmig als ihren Vorsitzenden. Bürgermeister Alois Brundobler aus Bad Füssing bleibt stellvertretender Vorsitzender. Neu im Amt als Schatzmeister ist Bürgermeister Peter Berek aus Bad Alexandersbad. Sein Vorgänger Sepp Höfer trat aus Altersgründen nicht mehr zur Wahl an. Er wurde von der Mitgliederversammlung einstimmig zum Ehrenmitglied ernannt.



Vorsitzender Klaus Holetschek überreicht Staatsministerin Melanie Huml einen Gutschein über zehn Freiaufenthalte für Pflegekräfte

Kooperation mit dem bpa



Vorsitzender Klaus Holetschek und Bernd Meurer, Vorsitzender des Bundesverbandes privater Anbieter sozialer Dienste e.V., bei der Unterzeichnung der Kooperationsvereinbarung

Fotos: PR-Agentur Rosi Raab

VERBANDSGESCHEHEN

Jahrespressekonferenz Ilse Aigner

Im Februar 2015 fand die Jahrespressekonferenz Tourismus in München statt. Staatsministerin Ilse Aigner konnte ein erfreuliches Ergebnis verkünden, denn 2014 ist bislang das erfolgreichste Jahr im Bayern-Tourismus. Mit fast 32,5 Millionen Gästeankünften und gut 85,2 Millionen Gästeübernachtungen wurden die bisherigen Spitzenwerte deutlich übertroffen. „Bayern hat seinen Spitzenplatz im Tourismus behauptet und sogar ausgebaut. Der Freistaat steht damit weiter auf Platz 1 der Top-Reiseziele in Deutschland. Die Zahlen zeigen, wie leistungsfähig die bayerischen Tourismusbetriebe sind. Alle Akteure im Tourismus haben zu diesem enormen Erfolg beigetragen und den Tourismus in Bayern als Boom- und Wachstumsbranche bestätigt“, sagte die Ministerin.

Ilse Aigner stellt außerdem die interministerielle Arbeitsgruppe vor, die sich dem Tourismus widmet. „Tourismuspolitik ist ein zentrales Anliegen der bayerischen Wirtschaftspolitik. Um möglichst optimale Rahmenbedingungen für den Tourismus zu schaffen, habe ich eine interministerielle Arbeitsgruppe ins Leben gerufen. Über die Ressortgrenzen hinweg setzen wir uns für den Bayern-Tourismus ein und schaffen so zusätzliche Synergien.“ Neben dem Megatrend Gesundheitstourismus sei die Digitalisierung ein wichtiges Zukunftsfeld, in dem Bayern den Tourismus mit vielfältigen Maßnahmen unterstützen werde. „Unser Ziel muss sein, den bayerischen Tourismus gemeinsam mit den Verbänden und der BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH optimal zu positionieren, neue Tendenzen schnell aufzugreifen und neue Themenfelder zu besetzen“, so Ministerin Ilse Aigner weiter.

Die bayerischen Heilbäder und Kurorte konnten im Jahr 2014 sowohl bei den Übernachtungen als auch bei den Gästeankünften Zuwächse verzeichnen. Vorsitzender Klaus Holetschek freute sich über dieses gute Ergebnis: „Jede vierte Übernachtung im Bayern-Tourismus fand 2014 in einem Heilbad oder Kurort statt. Das ist ein deutliches Signal für die Attraktivität und Leistungsfähigkeit unserer Orte. Die bayerischen Heilbäder und Kurorte sind ein wichtiger Pfeiler des bayerischen Tourismus. Das Rekordergebnis 2014 motiviert uns für die weiteren Aufgaben. Wir können hier ein ausgezeichnetes Angebot vorweisen, das wir unter unserer Marke Gesundes Bayern noch stärker profilieren und bewerben wollen.“



Jahrespressekonferenz mit Dr. Martin Spantig (Geschäftsführer BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH), Klaus Holetschek, Staatsministerin Ilse Aigner und Ulrich N. Brandl (Präsident des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbandes DEHOGA Bayern e.V.)

Foto: Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie

**Jede 4. Übernachtung
in Bayern findet
in Heilbädern und
Kurorten statt**

Digitalisierungsoffensive

Mit Unterstützung durch das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie hat der Bayerische Heilbäder-Verband e.V. eine Digitalisierungsoffensive gestartet, um den Gästen in Zukunft noch mehr Service und Informationen zu bieten. „Die Menschen entscheiden sich immer kurzfristiger für ihren Urlaub und immer mehr Menschen wollen in ihrem Urlaub auch etwas für ihre Gesundheit tun“, sagte Klaus Holetschek. „Darauf haben wir mit einer neuen Homepage, einer verbesserten App und dem Ausbau des Gesundheitsfinders reagiert und die Zugriffszahlen geben uns Recht.“

„Gesundheitstourismus entwickelt sich immer mehr zu einem Megatrend. Die Mehrzahl der gesundheitsinteressierten Gäste nutzt das Internet und digitale Quellen zur Information bei Gesundheitsfragen. Mit Hilfe digitaler und mobiler Technologien können sich unsere Heilbäder und Kurorte als moderne und innovative Kompetenzzentren für Gesundheit profilieren. Wir haben deshalb den Verband und seine Mitglieder bereits 2010 im Rahmen eines Pilotprojektes auf dem Weg ins digitale Zeitalter unterstützt“, so Staatssekretär Franz Josef Pschierer.

Im Namen des Bayerischen Heilbäder-Verbandes e.V. bedankte sich Vorsitzender Klaus Holetschek für die Unterstützung in Sachen Digitalisierung: „Ohne die Förderung könnten wir die technisch aufwändige Entwicklung unserer digitalen Angebote nicht leisten.“

Schnelles Internet

Die bayerischen Heilbäder und Kurorte surfen vielen Gemeinden in Bayern davon. Wie Finanzminister Markus Söder mitteilte, liegen die 47 Mitgliedsgemeinden des Bayerischen Heilbäder-Verbandes e.V. bei der Versorgung mit schnellem Internet über dem bayerischen Durchschnitt. Rund 65 Prozent aller bayerischen Haushalte können mit mindestens 50 Mbit pro Sekunde surfen. Bei den Heilbädern und Kurorten beträgt der Anteil 71 Prozent.

„Unsere Mitgliedsorte haben längst erkannt, dass schnelles Internet heute ein Standortfaktor und auch für den Tourismus wichtig ist“, so Vorsitzender Klaus Holetschek. „Deshalb sind die meisten unserer Mitglieder bereits in das Breitband-Förderprogramm der Bayerischen Staatsregierung eingestiegen und arbeiten aktiv an der Verbesserung der Versorgungssituation mit.“



Vorstellung der Digitalisierungsoffensive in Bischofsgrün durch Monica Tetzner, Stefan Huber, Staatssekretär Franz Josef Pschierer, Bürgermeister Stephan Unglaub, Landrat Hermann Hübner und Ekkehard Röder von der Kur- und Tourist-Information

Foto: Kur- und Tourist-Information Bischofsgrün

**Bayerns Heilbäder
und Kurorte sind
in Sachen Digitalisierung
top!**

Bayerischer Präventionsplan – Bündnis für Prävention

Der Bayerische Heilbäder-Verband e.V. folgte einem Aufruf des Bayerischen Staatsministeriums für Gesundheit und Pflege und ist dem „Bündnis für Prävention“ beigetreten. Bei der Unterzeichnung einer entsprechenden Urkunde betonte Staatsministerin Melanie Huml: „Das neue Bündnis soll dabei helfen, die Gesundheit der Menschen im Freistaat weiter zu verbessern. Ich freue mich, dass wir für dieses Ziel 83 Partner aus allen Bereichen der Gesellschaft gewinnen konnten.“

Die inhaltliche Grundlage dieses Bündnisses bildet der Bayerische Präventionsplan, an dessen Erarbeitung alle Staatsministerien und die Mitglieder der Landesarbeitsgemeinschaft Prävention beteiligt waren. Ein Kernanliegen ist die Vermeidung und Früherkennung von Krankheiten. „Gesundheitsförderung und Prävention sind für mich Herzensanliegen. Den Volkskrankheiten wie Diabetes oder Herz-Kreislauf-Erkrankungen kann in vielen Fällen wirksam vorgebeugt werden. Deshalb wollen wir mit dem Bayeri-

schen Präventionsplan die Menschen im Freistaat in ihrer Entscheidung für eine gesundheitsförderliche Lebensweise unterstützen. Und wir wollen gesunde Lebenswelten gestalten, die solche Entscheidungen leicht machen“, erklärte Staatsministerin Melanie Huml. Das Ziel des Bündnisses ist es, bestmögliche Gesundheit für alle Bürgerinnen und Bürger im Freistaat zu erreichen – in allen Regionen, in allen Lebensphasen und in allen Lebenslagen. Dafür wurden vier Handlungsfelder festgelegt, die sich auch in der Bündnis-Urkunde wiederfinden:

- Gesundes Aufwachsen in Familien, Kindertageseinrichtungen und Schulen
- Gesundheitskompetenz in der Arbeitswelt und betriebliche Präventionskultur
- Gesundes Altern im selbstbestimmten Lebensumfeld
- und – als Querschnittsthema über alle anderen Bereiche hinweg – die gesundheitliche Chancengleichheit



Die Partner für ein „Bündnis für Prävention“ in Bayern

Foto: Bayerisches Staatsministerium für Gesundheit und Pflege

Präsentation vor dem Landesgesundheitsrat

Die bayerischen Heilbäder und Kurorte sind ein starker Pfeiler der Gesundheitswirtschaft, brauchen aber noch stärkere Unterstützung von Seiten der Politik. Das erklärte der Bayerische Heilbäder-Verband e.V. bei einer Sitzung des Landesgesundheitsrates. Klaus Holetschek und Thomas Jahn präsentierten den Vertretern des Landesgesundheitsrates Zahlen, Daten und Fakten über die bayerischen Heilbäder und Kurorte und stellten ihre Anliegen und Forderungen vor. Dr. Andreas Keck von KECK medical zeigte in seinem Vortrag die Potenziale der bayerischen Heilbäder und Kurorte für den Gesundheitstourismus auf.

Ein großes Anliegen des Bayerischen Heilbäder-Verbandes e.V. ist es, die Kur zur Pflichtleistung zu machen und den Patienten das Recht auf eine Kur auch fernab vom Wohnort zu geben. „Das Präventionsgesetz des Bundes, das Menschen mit besonderen Lebenssituationen wie etwa Pflegekräften oder Schichtarbeitern das Recht auf eine Kur gibt, ist ein richtiger Schritt, reicht aber nicht aus“, so Klaus Holetschek. Es sei klar, dass es die hohe Zahl an ambulanten Vorsorgeleistungen aus den 1990er Jahren nicht mehr geben werde. „Dennoch halten wir an der Kur fest, weil sie für die Prävention unersetzlich ist“, betonte Holetschek. „Gleichzeitig entwickeln wir uns weiter und setzen auf neue Angebote, beispielsweise im betrieblichen Gesundheitsmanagement.“



Dr. Andreas Keck, Thomas Jahn, Dr. Thomas Zimmermann (Vorsitzender des Landesgesundheitsrates), MdL Kathrin Sonnenholzner (Vorsitzende des Ausschusses für Gesundheit und Pflege) und Vorsitzender Klaus Holetschek

Foto: Bayerischer Heilbäder-Verband e.V.

**Unterstützung
für Bayerns Heilbäder und
Kurorte eingefordert!**

Studie BAVARIA

In Zusammenarbeit mit dem Lehrstuhl für Public Health und Versorgungsforschung (IBE) der Ludwig-Maximilians-Universität München führt der Bayerische Heilbäder-Verband e.V. eine Beobachtungsstudie zur Wirkung ambulanter Vorsorgemaßnahmen am Kurort im Vergleich zu ambulanten therapeutischen Maßnahmen am Wohnort – kurz BAVARIA – durch.

Der Bayerische Heilbäder-Verband e.V. möchte mit dieser Studie seine These belegen, dass ein Aufenthalt in einem Heilbad oder Kurort nachhaltiger wirkt als ambulante therapeutische Maßnahmen am Wohnort. Dafür sucht der Verband insgesamt 500 Probanden, die sich an der Studie beteiligen wollen.

Als Teilnehmer kommen Personen ab 18 Jahren in Frage, die Beschwerden oder Erkrankungen im Bereich des Herz-Kreislauf-Systems oder des Bewegungsapparates haben und eine ambulante Vorsorgemaßnahme nach § 23 Absatz 2 SGB V beantragen werden oder bereits beantragt haben und der Bescheid der Krankenkasse noch nicht vorliegt. Außerdem muss die Maßnahme in einem bayerischen Heilbad oder Kurort durchgeführt werden.

Die Probanden werden in zwei Gruppen eingeteilt. Gruppe A besteht aus Teilnehmern, die von ihrer Krankenkasse eine ambulante Vorsorgemaßnahme genehmigt bekommen haben und sie auf Basis eines individuellen Kurplans in einem bayerischen Heilbad oder Kurort durchführen. Gruppe B besteht aus Teilnehmern, deren Antrag abgelehnt wurde und die stattdessen gegebenenfalls ambulante therapeutische Maßnahmen an ihrem Wohnort erhalten. Im Studienverlauf werden beide Gruppen bis zu fünfmal zu bestimmten, vorher festgelegten Zeitpunkten schriftlich befragt.

Unter www.bavaria-studie.de sind alle Informationen über die Studie zusammengefasst. Die Geschäftsstelle des Bayerischen Heilbäder-Verbandes e.V. stellt darüber hinaus gerne kostenfrei Flyer zur Weitergabe an Gäste und Patienten zur Verfügung.



Klaus Holetschek mit Studienleiterin Prof. Angela Schuh vom Lehrstuhl für Public Health und Versorgungsforschung (IBE) der Ludwig-Maximilians-Universität München

Foto: Bayerischer Heilbäder-Verband e.V.

**Aufruf gestartet -
Probanden gesucht!**

FINANZEN

HAUSHALTSRECHNUNG 2015

	Ansatz 2015	Ergebnis 31.12.2015
Einnahmen		
Mitgliedsbeiträge Kommunen	410.000 €	417.608 €
Mitgliedsbeiträge Betriebe	16.000 €	15.330 €
Teilnahmegebühr Frühjahrstagung	5.000 €	5.700 €
Zinserträge	500 €	968 €
Sonderumlage Studie BAVARIA	11.000 €	0 €
Summe Einnahmen	442.500 €	439.606 €

Ausgaben		
Löhne / Aufwandsentschädigungen	68.000 €	65.937 €
Finanzamt	2.000 €	1.050 €
Abgaben Krankenkasse / Knappschaft	8.800 €	8.491 €
Raumkosten	1.800 €	1.785 €
Versicherungen und Beiträge	3.500 €	3.411 €
Beitrag Deutscher Heilbäderverband e.V.	130.000 €	128.435 €
Beitrag Deutscher Tourismusverband e.V.	6.500 €	6.250 €
Fahrzeugkosten	3.000 €	2.963 €
Gesellschafteranteil by.TM	15.500 €	15.300 €
Vermögenserwerb / Abschreibungen	1.700 €	495 €
Zwischensumme 1	240.800 €	234.117 €
Öffentlichkeitsarbeit	5.000 €	6.390 €
Marketingbeitrag Deutscher Heilbäderverband e.V.	13.000 €	12.844 €
Marketing-Eigenanteil n by.TM	90.000 €	113.943 €
Repräsentations- und Bewirtungskosten	1.000 €	1.247 €
Frühjahrstagung	5.000 €	4.954 €
Bayerischer Heilbädertag	5.000 €	6.252 €
Reisekosten Deutscher Bädertag	5.000 €	5.605 €
Reisekosten Vorstand und Marketing	9.000 €	11.182 €
PR-Kosten	25.000 €	24.276 €
Zwischensumme 2	158.000 €	186.693 €
Portokosten	4.000 €	3.069 €
Internet	500 €	559 €
Bürobedarf	5.000 €	5.122 €
Seminarkosten IMBK	1.000 €	781 €
Steuerberatung	2.000 €	2.400 €
Bankgebühren	200 €	73 €
Sonstiges / Freie Mittel	9.000 €	10 €
Zwischensumme 3	21.700 €	12.014 €

Einnahmen	439.606 €
Ausgaben	
Zwischensumme 1	234.117 €
Zwischensumme 2	186.693 €
Zwischensumme 3	12.014 €
Gesamt	432.824 €

RECHNUNGSPRÜFUNG FÜR DAS HAUSHALTSJAHR 2015

Die von der Mitgliederversammlung bestellten Rechnungsprüfer Gotthard Hierbeck aus Eging a. See und Tilmann Kaiser aus Bad Abbach haben am 5. Juli 2016 in Bad Füssing die Jahresrechnung für das Haushaltsjahr 2015 geprüft. Die vollständigen Prüfungsunterlagen wurden durch den ehemaligen Schatzmeister Sepp Höfer bereit gestellt und im Bedarfsfall erläutert. Anwesend waren auch Schatzmeister Peter Berek und Andrea Kilgert aus Bad Alexandersbad, um den nahtlosen Übergang zu gewährleisten.

I. PRÜFUNGSUNTERLAGEN

1. Haushaltsplan 2015
2. Jahresabschluss zum 31.12.2015 der Steuerberatungsgesellschaft mbH Bad Feilnbach
3. Summen- und Saldenliste
4. Journal und Kontenausdrucke
5. Bankauszüge aller Konten 2015
6. Buchungsbelege 2015

II. SOLL-/IST-VERGLEICH ZWISCHEN HAUSHALTSPLAN UND RECHNUNGSERGEBNIS

Die Gegenüberstellung der Ansätze des Haushaltes 2015 mit der Einnahmen-Ausgaben-Rechnung 2015 (ohne die durchgebuchten Finanzmittel des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie für die BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH in Höhe von 611.000 €) führt zu folgendem Rechnungsergebnis:

	Haushaltsansatz	Rechnungsergebnis
Einnahmen	442.500 €	439.605,60 €
Ausgaben	442.500 €	417.523,62 €

1. Feststellungen zu den Einnahme-Positionen

Lobenswert ist die pünktliche Beitragszahlung aller kommunalen Mitglieder.

2. Feststellungen zu den Ausgabe-Positionen

Im Berichtsjahr wurden die Haushaltsansätze weitgehend eingehalten.

Reisekosten

Die Dienstreisekosten des Vorstandes waren bedingt durch die Umstrukturierung des Deutschen Heilbäderverbandes e.V. vermehrt. Ab 2017 entfallen die Reisekosten nach Berlin.

III. RÜCKLAGEN – VERMÖGENSSTAND

Das Vermögen des Bayerischen Heilbäder-Verbandes e.V. zum 31. Dezember 2015 wurde im Jahresabschluss mit insgesamt

2015	2014	2013
261.998,39 €	239.916,41 €	190.071,33 €

festgestellt.

Das Jahresergebnis ist gegenüber dem Vorjahr mit 22.081,98 € positiv ausgefallen.

IV. HAUSHALTS-, KASSEN-, BUCH- UND BELEGFÜHRUNG

Der Abgleich der im Rahmen der Rechnungsprüfung vorgelegten Buchführungsunterlagen mit den Belegen ergab eine ohne Beanstandung gebliebene Deckungsgleichheit.

Die Buchführungsunterlagen entsprechen in jeder Hinsicht einer einwandfreien Aufzeichnungspflicht. Alle Unterlagen sind ordentlich geführt, die Belege sind geordnet und archiviert. Die Ergebnisse der Jahresrechnung 2015 wurden hinsichtlich aller Haushaltsstellen mit den Einnahmen und Ausgaben stichprobenweise überprüft. Abweichungen ergaben sich nicht bzw. wurden in der Prüfung bereinigt.

V. ERGEBNIS DER RECHNUNGSPRÜFUNG

Die Prüfer bescheinigen dem ehemaligen Schatzmeister des Verbandes, Sepp Höfer, dass alle von ihnen geprüften Geschäftsvorfälle ordnungsgemäß und zeitnah belegt, verbucht, ausreichend erläutert und sachlich zugeordnet abgelegt waren. Buchführung und Belege entsprechen den Ausführungen der beauftragten Steuerberatungsgesellschaft mbH Bad Feilnbach. Die Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung sind beachtet und nachgewiesen.

Bad Füssing, 5. Juli 2016



Gotthard Hierbeck
Eging a. See



Tilmann Kaiser
Bad Abbach

BILANZ ZUM 31. DEZEMBER 2015

	Geschäftsjahr €	Vorjahr €
AKTIVA		
A. Anlagevermögen		
I. Sachanlagen		
1. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	4,00	499,00
II. Finanzanlagen		
1. Beteiligungen	98.900,00	83.600,00
B. Umlaufvermögen		
I. Kassenbestand, Bundesbankguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks	163.094,39	155.817,41
	<hr/>	<hr/>
	261.998,93	239.916,41
PASSIVA		
A. Eigenkapital		
I. Gewinnrücklagen		
1. Andere Gewinnrücklagen	64.862,05	64.862,05
II. Gewinnvortrag	175.054,36	125.209,28
III. Jahresabschluss	22.081,98	49.845,08
	<hr/>	<hr/>
	261.998,93	239.916,41

MARKETING

MARKETINGBUDGET 2015

AUSGABEN

Maßnahmen	Kosten insgesamt	Mittel Ministerium/BHV	Co-Finanzierung
Zielgruppe: Endkunden			
1. Messen			
Messe f.re.e München	33.604 €	26.104 €	7.500 €
Messe ITB Berlin	6.364 €	6.364 €	-
Messe Die 66 München	25.501 €	11.501 €	14.000 €
2. Print/Eigenprodukte/Mediakooperation			
Angebotsbroschüre 2015	89.188 €	32.488 €	56.700 €
Sommer-/Wintermagazin „Mein Bayern“ (by.TM)	28.000 €	28.000 €	-
WellVital Magazin (by.TM)	1.500 €	1.500 €	-
Jahreskatalog „Camping in Bayern 2015“ (LCB)	2.500 €	2.500 €	-
Rückenposter mit Johanna Fellner (abgesagt)	-	-	-
Basisbroschüre/Eigenmaterial (nicht notwendig)	-	-	-
Magazin „Golfen in Bayern“ (by.TM)	6.277 €	6.277 €	-
Magazin „Land & Berge“ (by.TM)	3.950 €	3.950 €	-
Kampagne „Indikationen“	94.942 €	60.342 €	34.600 €
BUNTE Sonderheft „Gesundes Bayern“	123.640 €	58.140 €	65.500 €
Medienkooperation mit Klambt Medien (Magazine: 7 Tage, Die 2, Frau mit Herz)	10.600 €	10.600 €	-
3. Online			
Newsletter „Gesundes Bayern“	1.818 €	68 €	1.750 €
Online-Marketing: SEA-Marketing für Homepage, Startseiten-Teaser, E-Kampagnen, etc.	54.614 €	41.414 €	13.200 €
Homepage: Instandhaltung & Optimierungen Gesundheitsfinder & Content: Qualitätssicherung und Ausbau	105.092 €	104.592 €	500 €
Homepage/Gesundheitsfinder: Mobile Version & Markenberatung (zweckgebunden)	84.468 €	84.468 €	-
4. Vertrieb (Versand/Adressgenerierung)			
Katalogversand/-handling	32.679 €	23.783 €	8.896 €
Empfehlungsmarketing (Postkarten aus 2012)	94 €	94 €	-
KIOSK Media: Katalogvertrieb	3.193 €	3.193 €	-
Zwischensumme (1)	708.024 €	505.378 €	202.646 €

Maßnahmen	Kosten insgesamt	Mittel Ministerium/BHV	Co-Finanzierung
Zielgruppe: Gesundheitswirtschaft			
1. Messen/Veranstaltungen			
Präsenz/Kooperationen mit Interessensverbänden, Lobby vor Ort	8.732 €	8.732 €	-
Messe Corporate Health Convention Stuttgart	32.606 €	23.606 €	9.000 €
2. Print/Eigenprodukte/Mediakooperationen			
„Bündnis für gesunde Mitarbeiter“ BGM	10.453 €	10.453 €	-
B2B-Produkte (Infoletter, Give aways,...)	39.775 €	39.775 €	-
3. Online			
Homepage: www.gesunde-mitarbeiter.bayern	9.381 €	9.381 €	-
„Gesundheitsfinder 3.0“: Weiterentwicklung für die Onlineplattform mit Regionalkonferenzen und begleitender Kommunikation	76.020 €	76.020 €	-
4. Diverses			
Kurkampagne „Kurantrag abgelehnt“ (abgesagt)	-	-	-
Zwischensumme (2)	176.968 €	167.968 €	9.000 €
Medien			
Pressemeldungen/Pressearbeit	9.675 €	9.675 €	-
Pressereisen (Gruppe/individuell)	4.424 €	4.424 €	-
Medienbeobachtung (Clippings,...)	2.137 €	2.137 €	-
Zwischensumme (3)	16.236 €	16.236 €	-
Basisleistungen			
by.TM Leistungen	45.000 €	45.000 €	-
Reisekosten/Verpflegung	3.368 €	3.368 €	-
Fotoshooting (abgesagt)	-	-	-
Sonstiges	1.160 €	3.368 €	-
Zwischensumme (4)	49.528 €	49.528 €	-
Ausgaben insgesamt	950.755 €	739.109 €	211.646 €

MARKETINGBUDGET 2015

EINNAHMEN

	Geldgeber	Betrag
Basisfinanzierung Wirtschaftsministerium (WiMi)	WiMi	127.830 €
Marketing-Eigenmittel BHV	BHV	77.000 €
Zusatzmittel „Heilbäder & Kurorte 2015“	WiMi	484.170 €
Übertrag „Mobile Version Homepage und Gesundheitsfinder“ aus 2014 (zweckgebunden)	WiMi	67.000 €
Übertrag aus 2014	WiMi/BHV	9.367 €
Einnahmen Co-Finanzierung		211.646 €
BHV-Mitglieder/Wirtschaftspartner		1.500 €
Einnahmen insgesamt		977.013 €

Übertrag insgesamt nach 2016

26.258 €

Stand: 14.03.2016 – alle Angaben sind netto
BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH



MARKETINGAKTIONEN 2015

ZIELGRUPPE: ENDKUNDEN

1. Messen / Veranstaltungen

Reisemesse „f.re.e“ in München (18. bis 22. Februar 2015)

Fachmesse „ITB“ in Berlin (4. bis 8. März 2015)

50plus Messe „Die 66“ in München (17. bis 19. April 2015)



2. Printmaßnahmen / Eigenprodukte / Mediakooperationen

Angebotsbroschüre 2015

Auflage: 500.000

- Beilage:
- Mobil Rheuma Liga
 - TV Hören & Sehen
 - Myway
 - Brigitte Woman
 - Stern Gesund Leben



Anzeigenkampagne „Indikationen“

Auflage: insgesamt 2,7 Millionen

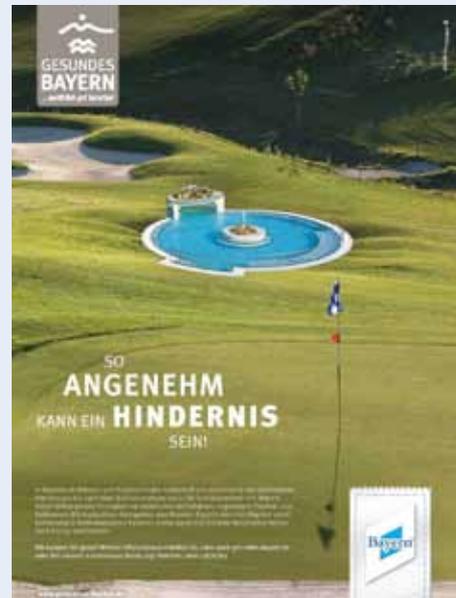
- Medien:
- Stern Gesund Leben (Rückenschmerzen)
 - Stern Gesund Leben (Erschöpfung)
 - Focus Gesundheit (Gelenkbeschwerden)
 - Focus Gesundheit (Rückenschmerzen)
 - Diabetiker Bund Bayern (Diabetes)
 - mobil Rheuma Liga (Gelenkbeschwerden)
 - Ratgeber Rheuma (Gelenkbeschwerden)
 - ZEIT Beilage Lebenszeit (Rückenschmerzen)
 - GESUND Beilage (Gelenkbeschwerden)
 - HÖRZU Gesundheit (Atemwege)



Advertorials

Auflage: insgesamt 2,4 Millionen

- Medien:
- Camping in Bayern 2015 (Image)
 - GOLF JOURNAL (Heilmittel und Golfplätze)
 - WellVital Magazin 2015 (Image)
 - Mein Bayern Sommerausgabe (Kurparks)
 - Mein Bayern Winterausgabe (Thermen und Sauna)
 - Land & Berge
(Trinkkuren und Bad Kissinger Brunnenfrauen)
 - BUNTE Sonderheft „Bayern & Baden-Württemberg
(Kneipp, Schroth)



Kooperation mit Klambt Medien

Klambt Klassik Frauen 2
und Klambt Programm-Zeitschriften:
DIE 2
¼ Seite quer mit jeweils sechs Schaltungen

BUNTE Sonderheft „Gesundes Bayern“

Verkaufte Auflage: 514.945
Erscheinungstermin: 10.09.2015



3. Online

Neue Weblandschaft

- Relaunch der Plattform www.gesundes-bayern.de inklusive Gesundheitsfinder
- Relaunch der Microsite für das Bündnis für gesunde Mitarbeiter
- NEU: Blog www.gsunde-geschichten.de
- NEU: Verbands-Website www.bayerischer-heilbaeder-verband.de

Gesundheitsfinder

- circa 1.600 Einträge, davon rund 700 Ärzte und 400 Therapeuten
- meist genutzter Bereich der Website www.gesundes-bayern.de

Nutzerauswertung

- Im Jahr 2015 verzeichnete die Website www.gesundes-bayern.de insgesamt 295.194 Besucher und 712.953 Seitenaufrufe.
- 205.897 Besucher (70 %) kamen über Suchmaschinen auf die Homepage, 62.492 Besucher (21 %) mittels Direkteingabe und 26.805 Besucher (9 %) über Verweiswebsites.
- Nach dem Relaunch der Plattform besuchten 37 % der Nutzer die Homepage über Mobile und Tablets.

Newsletter

- circa 11.000 Abonnenten
- Versand im März, Mai, August und November 2015

ZIELGRUPPE: GESUNDHEITSWIRTSCHAFT

1. Messen/Veranstaltungen

Corporate Health Convention in Stuttgart

- Standkonzept themenbezogen für die Zielgruppe B2B
- Botschaft: „Wir sind Ihre Partner für Prävention und betriebliche Gesundheitsförderung“
- Themenfelder: Rücken und Gelenke, Team- und Führungskräfte-Training, Herz-Kreislauf, Stress und Burnout
- Anschließter: Bad Aibling, Bad Bocklet, Bad Feilnbach, Bad Reichenhall, Sibyllenbad und Rottal Terme



Stand auf der Corporate Health Convention 2015 in Stuttgart

Foto: BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH

Kooperation mit vbw

- Beteiligung am Gemeinschaftsstand auf den Parteitagen der CSU in München, der SPD in Hirschaid und von Bündnis 90/Die Grünen in Bad Windsheim



Monika Mayr und Klaus Holetschek am Counter des Bayerischen Heilbäder-Verbandes e.V.

Foto: vbw

2. Bündnis für gesunde Mitarbeiter

- Homepage www.gesunde-mitarbeiter.bayern mit zertifizierten wohnortfernen Kompaktangeboten für AOK-Versicherte und allgemeinen Informationen über betriebliches Gesundheitsmanagement
- Informationsflyer der AOK Bayern für Arbeitgeber und Arbeitnehmer



Fotos: AOK Bayern

Die Marke „Gesundes Bayern“ wird in Zukunft verstärkt auf die Gesundheitskompetenz der bayerischen Heilbäder und Kurorte ausgerichtet sein und innovative, qualitätsgesicherte Angebote, Produkte und Serviceketten darstellen.

Nach dem offiziellen Startschuss im Rahmen der Frühjahrstagung in Bad Endorf wurde der Markenprozess „Gesundes Bayern“ im Jahr 2015 weiter vorangebracht:

1. REGIONALKONFERENZEN

Veranstaltungsorte:

- Bad Birnbach
- Bad Aibling
- Weißenstadt
- Garmisch-Partenkirchen
- Bad Grönenbach
- Bad Kissingen

Ablauf:

- Einstieg:
Klaus Holetschek/Thomas Jahn zu den Zielen des Bayerischen Heilbäder-Verbandes e.V. im Gesundheitstourismus
- Vorträge:
Cornelius Obier (Project M) über die Chancen und Potenziale, die der moderne Gesundheitstourismus bietet

Monica Tetzner (BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH) zur Marke „Gesundes Bayern“

anschließend Diskussion und Möglichkeit zum Erfahrungsaustausch sowie Verteilung eines Fragebogens zur Evaluation

Einladungsmanagement:

Verteiler mit insgesamt 1.928

Personen aus den Bereichen

- Politik (42 %)
- Medizin und Gesundheitswesen (30 %)
- Tourismus (16 %)
- Sonstige (12 %)

Regionalkonferenzen: Gesundheitswirtschaft und Tourismus - gemeinsam auf dem richtigen Weg



Diskussionsrunde im Rahmen der Regionalkonferenz in Bad Birnbach



Geschäftsführer Rudolf Weinberger im Gespräch mit Tagungsteilnehmern

Fotos: Bayerischer Heilbäder-Verband e.V.

Evaluation:

a) Rahmenbedingungen:

- 89 % der Befragten fanden die Veranstaltung gelungen
- 88 % können aus der Veranstaltung einen Nutzen für ihre zukünftige Arbeit ziehen
- 41 % halten die Inhalte für praktisch anwendbar, weitere 48 % für teilweise anwendbar

b) Markenweiterentwicklung:

- 95 % der Befragten bewerten die zukünftige Ausrichtung der Marke als sinnvoll
- 95 % findet den vorgesehenen Ausbau der Unterstützung für die Entwicklung des Gesundheitstourismus vor Ort richtig
- 85 % stimmen zu, dass die Ziele des Bayerischen Heilbäder-Verbandes e.V. und das gemeinsame Vorgehen im Bereich Gesundheitstourismus auf den Regionalkonferenzen überzeugend erläutert worden sind

c) Wünsche der Teilnehmer:

- konkrete Handlungstipps
- individuelle Beratung
- Kontakt vor Ort

d) Herausforderungen und Probleme vor Ort:

- Zusammenspiel aller Beteiligten und deren unterschiedliche Interessen
- passende Themen und Angebote finden
- fehlende finanzielle Mittel
- Überzeugung der Kommunalpolitik
- Aufbruch alter Strukturen

e) Gesundheitstourismus vor Ort:

- 90 % der Befragten wollen ihr Profil im Gesundheitstourismus in Zukunft weiter schärfen, die übrigen 10 % zumindest zum Teil
- 90 % möchten dazu die Zusammenarbeit der Akteure aus Medizin und Tourismus in ihrem Ort zukünftig intensivieren
- 79 % stehen den Gesundheitstourismus als wichtiges Standbein für ihren Ort
- 25 % geben an, das Potenzial im Gesundheitstourismus bereits heute auszuschöpfen
- 25 % meinen, dass ihr Ort bereits über ein klares Profil im Gesundheitstourismus verfügt

Begleitende Kommunikation:

- Infoletter „Gesundes Bayern“ – vier Ausgaben mit jeweils acht Seiten
Ausgabe 1: Gesundheitstourismus in Bayern
Ausgabe 2: Ergebnisse der Regionalkonferenzen 1 bis 3
Ausgabe 3: Unterstützung durch Politik und Ministerien
Ausgabe 4: Ergebnisse der Regionalkonferenzen und Ausblick
- PR-Arbeit mit zahlreichen Veröffentlichungen
Printauflage: knapp 1,7 Millionen
Onlinereichweite: mehr als 26 Millionen Page Impressions
TV/Radio: 2 Beiträge



2. QUALITÄTS- UND MARKENKRITERIEN

Nach den Regionalkonferenzen wurden folgende Qualitäts- und Markenkriterien festgelegt:

Touristische Strukturqualität:

alle Akteure:

- zielgruppenbezogene, gesundheitliche Ausrichtung
- Einbindung in relevante gesundheitstouristische Marketingplattformen/-ketten

Produkt-/Programmleitung:

- Service-Qualität Stufe 2 oder vergleichbares Qualitätssystem (ggf. nach Übergangszeit)

Basisqualitäten:

- Beherbergung – Klassifizierung nach DEHOGA, DTV oder vergleichbar
- Orte – kurörtliches Prädikat

Medizinische Strukturqualität:

Primärprävention:

- angelehnt an den Leitfaden Primärprävention
- ggf. nur Qualifikation, nicht Angebotsstruktur

Indikation und Chroniker:

- generell gemäß AWMF-Leitlinien
- ggf. weitere spezifische Leitlinien

Chroniker (ergänzend):

- Leitlinien und Empfehlungen der Patientenverbände
- Leitlinien Barrierefreiheit

Prozessqualität:

- optimal verzahnte touristische und medizinische Dienstleistungskette
- systematischer Beratungs- und Begleitungsprozess vor, während und nach dem Aufenthalt und mit Definition aller Schnittstellen und Prozessstandards
- Personalisierung: persönliche Beratung, personalisiertes Angebot vorab, Dokumentation, persönliche Betreuung vor Ort, Framing, Programmablauf und Abschlussgespräch
- Zusatzleistungen (fakultativ): An- und Abreise sowie Transferorganisation, Übernachtungsorganisation, Angebote für Aktivitäten, Organisation von Nachbehandlungen und Kontrollen zu Hause

Touristische Ergebnisqualität:

- externe Evaluation der Aufenthalts-/Urlaubszufriedenheit
- Abgleich mit Reise-/Aufenthaltszielen (Erwartungserfüllung)

Medizinische Ergebnisqualität:

- externe Evaluation der Gästebewertungen (Zufriedenheit mit Leistungen, Ergebnis und Rahmenbedingungen)
- ergänzend: Teilnahme an Wirkungsstudien, Primärprävention (Verhaltensänderung), Indikation objektive Verbesserung des Gesundheitszustandes)

3. ECKPUNKTE FÜR DIE UMSETZUNG

Basisleistungen des Bayerischen Heilbäder-Verbandes e.V. für alle Mitglieder:

- Darstellung des Gesamtangebots
- Aus- und Weiterbildung
- Entwicklungsbegleitung und Coaching
- Markterkundung und Marktforschung
- Erfahrungsaustausch und Benchmarking
- Initiativen, Lobbying und Interessensvertretung
- Information, Beratung und Vermittlung

Marke und Marketing für markenadäquate Angebote, Produkte und Serviceketten:

- profilierte Heraushebung mittels „Best-of-Marke“
- Zugang: Qualitäts- und Markenkriterien
- Fokus aller Marketingaktivitäten (B2B und B2C)
- gezielt zielgruppen- und vertriebsorientierte Aktivitäten

Entwicklungs-, Coaching- und Qualifizierungsprozess für alle Mitglieder:

Ziel: Entwicklung markenadäquater, innovativer und qualitätsgesicherter Angebote, Produkte und Serviceketten

Kompetenzorientierte Aufgabenverteilung:

Bayerischer Heilbäder-Verband e.V.:

- Markt- und Trendmonitoring, Impulsgebung
- Qualifizierung, Coaching, Beratung, Entwicklungsunterstützung
- Unterstützung der Angebots- und Produktentwicklung im Rahmen der Marke
- Qualitätssicherung, ggf. Beauftragung eines externen Instituts, Etablierung eines e-health-Tools zur Qualitätskontrolle
- Lobbyarbeit und Interessenvertretung

BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH:

- „Markenwächter“, übergeordnete Markenpflege, Einbindung in die Markenarchitektur
- Marketing und Agenturmanagement
- externe und interne Kommunikation im Rahmen der Marke
- Monitoring des Markenrufes

4. LEITLINIEN

Diese vier Leitlinien sind die Grundlage für eine erfolgreiche Umsetzung:

1. Herstellung der erforderlichen Ausgangslage – für das Zielgruppen- und Themenportfolio werden folgende Voraussetzungen geschaffen:

- exemplarische Darstellung der Kompetenzen und Kompetenzebenen, die schnelle Identifikation von Kompetenzzentren wird ermöglicht
- Qualitäts- und Markenkriterien für Profilspitzen und deren Abstufungen in den Bereichen Indikation bis Primärprävention
- schlüssige Markenarchitektur im Zusammenspiel mit der Dachmarke „Bayern“, der Marke „Gesundes Bayern“ und den Regional-, Orts- und Anbietermarken

2. Adäquate Umsetzung der Marke – für den gesamten Marktauftritt werden für den Bayerischen Heilbäder-Verband e.V. und seine Partner nutzbare Grundlagen bereit gestellt:

- Balance von Emotion und Fakten in der Darstellung
- Nennung von harten Fakten, Kriterien und Zahlen, die Kompetenz und Wirksamkeit untermauern
- starke emotionale Personalisierung der Angebote: Arzt, Therapeut, Hotelier,...
- laienverständliche, einfache, eindeutige und emotionale Darstellung der verschiedenen Qualitätsstufen

3. Qualitätssicherungs- und Evaluationsprozess – die Struktur-, Prozess- und Ergebnisqualität wird durch Soll-Vorgaben definiert und kontrolliert:

- Erfüllung der Kriterien als Voraussetzung für den Zugang zur Marke und das markenbezogene Marketing
- systematische Untersuchung und Nachweis der Wirksamkeit der Produkte und Angebote
- Evaluation durch unabhängige Prüfer und innovative Prüfmethoden (e-health)

4. Markenkontaktpunkte und deren Verdeutlichung – die Marke wird an den Kontaktpunkten mit folgenden Maßnahmen verdeutlicht:

- Kommunikation der Rahmenbedingungen, Anforderungen und des Nutzens der Marke mit professionell aufbereiteten Beispielen der Angebote und deren Darstellung durch interne Markenbotschafter
- Hilfestellung für die Partner bei der Überzeugungsarbeit nach innen und der inhaltlichen Umsetzung, z. B. durch Qualifizierung, Coaching, Leitfäden,...
- Rückgriff auf praktische Hilfestellungen für das Co-Branding durch die Partner, z. B. durch CD-Manual, digitale Templates, modularer Film (allgemeiner Trailer, ortsspezifisches Modul)

BAYERN TOURISMUS MARKETING GMBH

PRESSEMITTEILUNGEN

- Wie steht es um die guten Vorsätze? (Januar)
- Die besten Urlaubsziele für Pollen- und Lebensmittelallergiker (Mai)
- Renaissance der Naturheilverfahren (November)
- Gesunde Weihnachtsgeschenke (Dezember)

PRESSEREISEN

- Februar 2015: „Schroth und Kneipp“
Individuelle Recherchereise
Individuelle Recherchereise Rheinische Post
- November 2015: „Moor“
Individuelle Recherchereise
Brigitte
- November 2015: „Moor und Heilklima“
Gruppenpressereise
Land & Berge, Gesund & Vital/Reisen & Rätseln, www.toureal.de,
Redaktionsbüro Praegnant (Die ZEIT, FAZ, Top Magazin),
Thomas Hauer (IMAGINE, PRESTIGE, Spa inside, PURE Magazin),
DelikatEssen, kulinariker.de



PRESEMITTEILUNGEN

- Bayerischer Heilbäder-Verband startet Markenoffensive „Gesundes Bayern“ (März)
- Bayerns Heilbäder und Kurorte digital auf dem Vormarsch (April)
- Präventionsplan: Staatsregierung ist auf dem richtigen Weg! (Mai)
- Präsentation der Digitalisierungsoffensive (Juli)
- Kurswechsel in der Prävention gefordert (Juli)
- Bayerns Heilbäder und Kurorte beim Surfen top (August)
- 10 Jahre aufopfernd den Mann gepflegt – keine Kur! (November)
- Wie wirksam ist eine Kur? (November)
- Bayerischer Heilbäder-Verband entwickelt eigene Präventionsangebote für Pflegekräfte (Nov.)
- „Bündnis Prävention“ in Bayern geschlossen (November)
- Präsentation vor dem Landesgesundheitsrat (Dezember)

WEITERE AUFGABEN

- Organisation und Einladungsmanagement für Pressekonferenzen
- Präsentationserstellung für Pressekonferenzen und Vorträge
- Texterstellung für Interviews und Beiträge in Zeitschriften, z. B. Handwerkszeitung
- Texterstellung für Grußworte und Jahresberichte, z. B. 25 Jahre BMW BKK
- Redaktionsgespräche
- Pflege der Facebook-Seite des Bayerischen Heilbäder-Verbandes e.V.

Weg frei für maßgeschneiderte Präventionsangebote

Der Bayerische Heilbäder-Verband e.V. und der Bundesverband privater Anbieter sozialer Dienste (bpa) wollen künftig im Dialog mit Pflegekräften mehrtägige Präventionsmaßnahmen entwickeln. Hierzu unterzeichneten sie auf dem 69. Bayerischen Heilbädertag in Bad Staffelstein eine Kooperationsvereinbarung. Ein erstes Pilotprojekt wird derzeit bereits in Bad Reichenhall erarbeitet.

Der bpa unterhält bundesweit 9.000 Pflegeeinrichtungen mit 300.000 Mitarbeitern, darunter 1.000 Einrichtungen in Bayern. „Nach dem AOK-Report Pflege ist der Krankenstand der Beschäftigten in bayerischen Pflegeheimen um mehr als 40 Prozent höher als der Durchschnitt der Beschäftigten aller Branchen“, konstatierte der einstimmig wiedergewählte erste Vorsitzende des Bayerischen Heilbäder-Verbandes, Klaus Holeschek zur Begründung für diese Initiative. „Das ist kein Wunder, denn Pflegekräfte arbeiten unter einer hohen psychischen und körperlichen Belastung. Wir müssen jetzt auch handeln. Die steigende Zahl von Pflegebedürftigen machen die Arbeit der Pflegekräfte zunehmend unentbehrlich.“

Laut bpa-Bundesvorsitzendem Bernd Meurer hängt der hohe Krankenstand mit den gestiegenen Anforderungen an die Pflegekräfte zusammen. Was vor 20 Jahren noch in den Intensivstationen der Kliniken gelegen sei, liege jetzt als Schwere-Pflegefall in den Heimen. Die hohen Erwartungen der Angehörigen üben ebenfalls Druck auf die

stellung jetzt auch möglich, Projekte zur Betrieblichen Gesundheitsförderung zu unterstützen.

Bislang wurden 34 Förderbescheide mit einem Umfang von insgesamt 4,1 Millionen Euro erstellt. Die Bayerische Gesundheitsagentur geht davon aus, dass bis Jahresende 2015 weitere neun Fördermaßnahmen bewilligt werden können. Bis Ende 2015 könnte sich die Gesamtförderung dann auf ca. 5,2 Millionen Euro belaufen.

Huml zufolge können neue und moderne Konzepte das Gesundheitsprofil der Kurorte schärfen – besonders im Bereich der Früherkennung, Prävention und Rehabilitation. Bayerns Kurorte und Heilbäder sollen so nicht nur an Attraktivität gewinnen, sondern auch zu modernen Gesundheitszentren für eine immer gesundheitsbewusstere Gesellschaft weiter entwickelt werden.

Vergleichsstudie

Dass mehrwöchiges Kuren sich nachhaltig positiv auf die Gesundheit auswirkt, will der Bayerische Heilbäderverband jetzt auch wissenschaftlich beweisen, fuhr die Ministerin fort. In einer großen Vergleichsstudie mit 500 Teilnehmern lässt er untersuchen, was besser wirkt – eine mehrwöchige Kur in einem bayerischen Kurort oder Heil-

bad oder die ambulante Therapie am Wohnort. Der Startschuss für diese Studie, durchgeführt vom Lehrstuhl für Public Health und Versorgungsforschung (IBE) an der Ludwig-Maximilians-Universität München, fiel in Bad Staffelstein.

Gefördert wird die Untersuchung vom Bayerischen Landesamt für Gesundheit und Lebensmittelsicherheit aus Mitteln des Bayerischen Gesundheitsministeriums. Die Studie verspricht Huml zufolge wissenschaftlich wichtige und neue Erkenntnisse über die Wirksamkeit verschiedener Präventionsmaßnahmen. Da Gesundheitsförderung und Prävention Chancen in jedem Alter und in jeder Lage bieten, begrüßt die Ministerin das im Sommer in Kraft getretene Präventionsgesetz des Bundes. Es stärke die Zusammenarbeit aller Sozialversicherungsträger, fördere Prävention in den Lebenswelten der Menschen und verbessere die gesundheitliche Chancengleichheit.

Als nächster Schritt werde eine nationale Präventionsstrategie entwickelt. Bayern werde hierin mitarbeiten, denn sie müsse auf Landesebene umgesetzt werden. Die Krankenkassen schlossen dafür Landesrahmenvereinbarungen mit den in Bayern zuständigen Stellen. DK



DEUTSCHER HEILBÄDERVERBAND E.V.

Adresse:
Deutscher Heilbäderverband e. V.
Charlottenstraße 13
10969 Berlin
Telefon: 030 246 369 20
Telefax: 030 246 369 229
E-Mail: info@dhv-berlin.de
Internet: www.deutscher-heilbaederverband.de



DELEGIERTE UND AUSSCHUSSMITGLIEDER IM JAHR 2015

Delegierte:

- Hubert Seewald, Bad Windsheim
- Elisabeth Hamm, Garmisch-Partenkirchen
- Ottmar Lang, Bad Steben
- Maximilian Hillmeier, Bad Hindelang
- Frank Oette, Bad Kissingen
- Sepp Höfer, Bad Feilnbach
- Stefan Fredlmeier, Füssen
- Martin Mayer, Bad Griesbach
- Werner Angermüller, Bad Königshofen
- Andrea Schallenkammer, Bad Brückenau
- Rudolf Weinberger, Bad Füssing
- Thomas Jahn, Bad Aibling

Ausschüsse:

- Begriffsbestimmungen und Prädikatisierung
- für Finanzen, Wirtschaft und Strukturen
- Sozialrecht
- Wissenschaft, Forschung und Entwicklung
- Europaangelegenheiten
- PR und Kommunikation

Stellvertreter:

- Gabriella Squarra, Bad Reichenhall
- Ulrich Glodowski, Bad Heilbrunn
- Georg Overs, Tegernsee
- Bianca Keybach, Oberstaufen
- Brita Hohenreiter, Bad Tölz
- Josef Aß, Bad Endorf
- Anne Maria Schneider, Bad Staffelstein
- Thomas Beck, Bad Bocklet
- Tilmann Kaiser, Bad Abbach
- Titus Tesar, Bad Brückenau
- Sepp Barth, Bad Kötzing
- Florian Hoffrohne, Bad Feilnbach

- Maximilian Hillmeier, Bad Hindelang
- Sepp Höfer, Bad Feilnbach
- Karl Zettl, Bad Gögging
- Professor Jürgen Kleinschmidt, München
- Ottmar Lang, Bad Steben
- Thomas Jahn, Bad Aibling

Rücktritt von Ernst Hinsken

Ernst Hinsken legte zum 1. Februar 2015 sein Amt als Präsident des Deutschen Heilbäderverbandes e.V. nieder. „Es sind persönliche Gründe, die mich dazu veranlassen“, kommentierte er seine Entscheidung und freute sich gleichzeitig über die Ergebnisse seiner Arbeit: „So habe ich mich in den zurückliegenden zweieinhalb Jahren intensiv darum bemüht, das gesundheitspolitische Profil unseres Verbandes zu stärken – durch zahlreiche Kontakte zu den Kostenträgern, der Politik und den Mitgliedsverbänden. Guten Gewissens kann ich deshalb feststellen: In der Zeit von Oktober 2012 bis Januar 2015 habe ich mich mit allen mir zur Verfügung stehenden Kräften und mit vollem Einsatz für den Deutschen Heilbäderverband e.V. eingesetzt“, sagte Ernst Hinsken. Beispiele für die erfolgreiche Arbeit war die starke Einbringung in die Präventionsgesetzgebung, die hochkarätig besetzten Bädertage und der Besuch von Bundeskanzlerin Angela Merkel in Zingst.

Ernst Hinsken gebührt Dank und Anerkennung für seinen Einsatz zum Wohle der Heilbäder und Kurorte in Deutschland.

Der Deutsche Heilbäderverband e.V. wurde im Jahr 2015 kommissarisch von den beiden Vizepräsidenten Prof. Dr. Ekkehart Meroth und Hans-Jürgen Kütbach geleitet.

111. Deutscher Bädertag in Bad Wildbad

Zum 111. Deutschen Bädertag waren an drei Tagen rund 150 Vertreter aus den Heilbädern und Kurorten, der Politik und Wissenschaft nach Bad Wildbad gereist. Trotz einer Steigerung von zwei Prozent bei den Übernachtungszahlen im Jahr 2014 forderten die beiden Vizepräsidenten des Deutschen Heilbäderverbandes e.V. mehr Unterstützung von Ärzten und Sozialversicherungen für ambulante Kurmaßnahmen. Denn diese fördern die Gesunderhaltung der Menschen nachhaltig und entlasten somit langfristig das Gesundheitssystem.

Die Kur, so waren sich alle Referenten einig, ist ein positiv besetzter Begriff. „Nur verstehen die Menschen darunter Verschiedenes“, so Prof. Dr. Dennis Hürten von der Hochschule Nürtingen/Geislingen. Er führte in das Thema „Nachhaltigkeit“ ein. „Die Kernkompetenz der Kur ist eine Kultur der Heilung in Gemeinschaft. Es ist ein natürlicher Prozess, der zur nachhaltigen Gesundheit führt.“

„Starten Sie mit dem klaren Bekenntnis zu ihrer Kur-Kernkompetenz“, war der Ratschlag von Prof. Dr. Anja Brittner-Widmann von der Dualen Hochschule Ravensburg „und seien Sie stolz auf das Prädikat. Es ist ein staatliches Siegel, das in dieser Form sonst niemand hat.“

Auch Fred Stradinger vom Ministerium für ländlichen Raum und Verbraucherschutz in Baden-Württemberg unterstrich die starken Werte der Marke „Kur“ und betonte, dass diese durch die Heilbäder und Kurorte selbst noch viel stärker in die Öffentlichkeit getragen werden müssen. „Nur wer von sich selbst überzeugt ist, kann auch andere von einer guten Sache überzeugen.“

Seit Jahren sind die Zahlen für ambulante Vorsorgeleistungen rückläufig. Im letzten Jahr wurden gerade noch 57.831 solcher Leistungen in den Heilbädern und Kurorten verordnet. 2010 lag diese Zahl noch bei 80.183. Mit dem Rückgang geht auch die Bereitschaft bei niedergelassenen Ärzten zurück, die Zusatzausbildung zum Badearzt zu machen. „Hier müssen wir gegensteuern, weil die Badeärzte ein wesentlicher Teil unseres Prädikats und unserer Kernkompetenz im Bereich der Gesundheitsprävention sind“, so Prof. Dr. Meroth.

Neuer Geschäftsführer

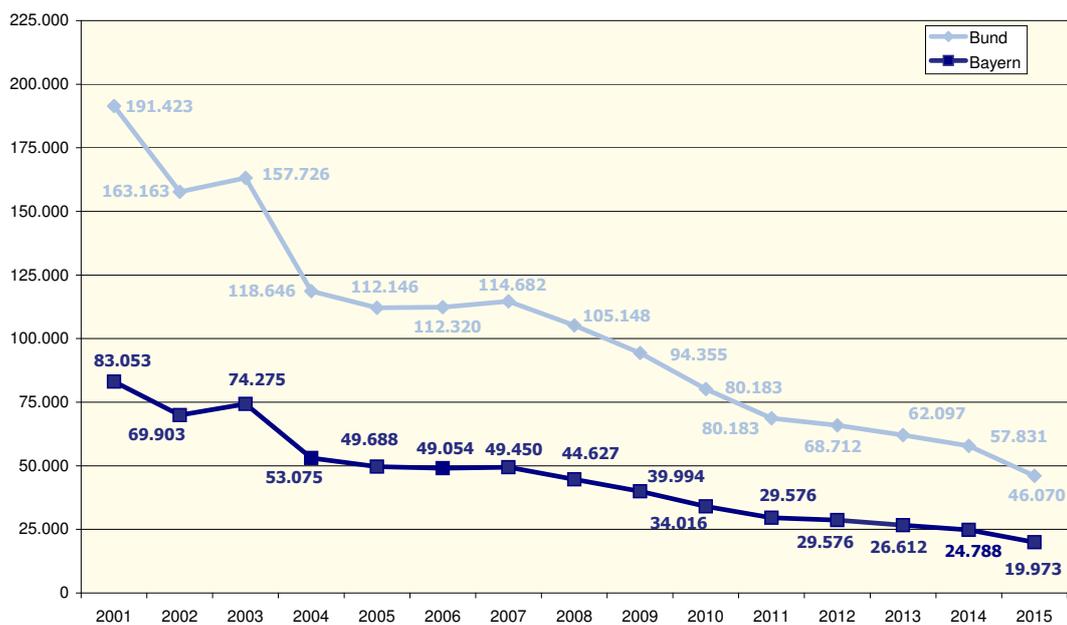
Der Vorstand des Deutschen Heilbäderverbandes e.V. hat sich in der Sitzung am 16. Dezember 2015 mehrheitlich für Uwe Strunk als neuen Geschäftsführer ausgesprochen. Er folgt auf Rolf von Bloh, der den Verband übergangsweise für zwei Jahre geführt hat und sich nun in den Ruhestand verabschiedet.

Uwe Strunk baut auf langjährige Erfahrungen als Geschäftsführer des DEHOGA Brandenburg und als Unternehmer an der Ostseeküste. Er ist somit mit Verbandsarbeit und dem Aufbau neuer Strukturen vertraut. Diese Kenntnisse werden ihm in seinem neuen Aufgabenfeld von Nutzen sein, da sich der Deutsche Heilbäderverband e.V. in einer Phase der Neustrukturierung und Modernisierung befindet.

STATISTIKEN

FALLZAHLEN

AMBULANTE VORSORGELEISTUNGEN NACH § 23 ABSATZ 2 SGB V – FALLZAHLEN PRO JAHR



Quelle: Kurärztliche Verwaltungsstelle Westfalen-Lippe



Quelle: Bayerischer Heilbäder-Verband e.V.

ÜBERNACHTUNGEN UND GÄSTEANKÜNFTEN NACH SPARTEN

MINERAL- UND MOORHEILBÄDER, ORTE MIT HEILQUELLEN- ODER PELOIDKURBETRIEB

Ort	Übernachtungen 2015		Gästeankünfte 2015	
	Betriebe mit mehr als zehn Betten ¹	alle Betriebe ²	Betriebe mit mehr als zehn Betten ¹	alle Betriebe ²
Bad Abbach	78.113	79.384	23.747	22.518
Bad Aibling	356.977	366.790	98.658	100.034
Bad Alexandersbad	47.580	49.274	22.095	22.519
Bad Bayersoien	63.527	99.604	15.217	19.506
Bad Birnbach	620.865	833.195	108.685	130.761
Bad Bocklet	183.110	184.778	188.326	21.841
Bad Brückenau	285.061	298.127	61.095	60.239
Bad Endorf	192.184	211.925	37.182	39.933
Bad Feilnbach	284.814	308.078	63.549	72.487
Bad Füssing	2.259.713	2.440.790	290.342	306.850
Bad Gögging	496.295	474.175	113.491	106.671
Bad Griesbach	830.913	925.599	203.967	168.455
Bad Kissingen	1.550.233	1.617.152	238.782	248.985
Bad Königshofen	86.648	89.444	20.391	20.870
Bad Kohlgrub	140.836	180.301	50.222	55.319
Krumbach	76.650	76.650	27.478	27.478
Bad Neustadt	349.891	350.000	42.981	43.000
Bad Reichenhall/Bay. Gmain	769.286	918.169	144.498	172.630
Bad Rodach	208.472	215.713	25.457	25.882
Neualbenreuth	64.306	83.224	17.845	20.637
Bad Staffelstein	446.340	603.316	119.748	142.039
Bad Steben	323.657	350.505	36.177	40.274
Bad Tölz	321.454	347.551	76.011	80.155
Treuchtlingen	42.454	110.624	18.407	27.100
Weißensstadt	81.035	129.806	14.845	13.472
Bad Wiessee	592.730	640.401	98.355	104.526
Bad Windsheim	340.861	340.861	81.983	81.983
Gesamtsumme	11.094.005	12.325.436	2.072.442	2.176.164

Quellen: ¹Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung
²Kurverwaltungen und Touristinformationen

KNEIPPKURORTE UND KNEIPPHEILBÄDER

Ort	Übernachtungen 2015		Gästeankünfte 2015	
	Betriebe mit mehr als zehn Betten ¹	alle Betriebe ²	Betriebe mit mehr als zehn Betten ¹	alle Betriebe ²
Bad Berneck	17.557	21.310	8.712	9.054
Füssen	995.594	1.286.618	398.699	460.949
Bad Grönenbach	106.242	167.006	17.922	23.063
Bad Kötzing	202.532	215.132	37.713	39.391
Ottobeuren	82.851	90.028	44.129	44.654
Oy-Mittelberg	119.198	154.091	24.598	30.028
Prien am Chiemsee	352.998	344.656	86.568	87.243
Bad Wörishofen	694.672	710.924	137.490	139.364
Gesamtsumme	2.571.644	2.989.765	755.831	833.746

HEILKLIMATISCHE KURORTE UND LUFTKURORTE

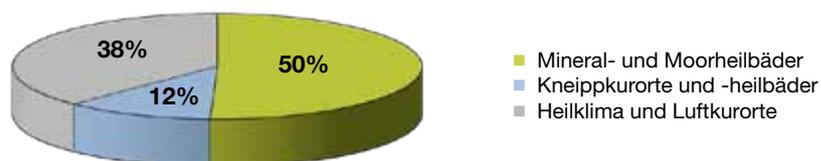
Ort	Übernachtungen 2015		Gästeankünfte 2015	
	Betriebe mit mehr als zehn Betten ¹	alle Betriebe ²	Betriebe mit mehr als zehn Betten ¹	alle Betriebe ²
Berchtesgaden-Königssee	1.692.198	2.316.803	412.157	518.641
Bischofsgrün	148.836	169.266	26.066	29.118
Eging a.See	80.396	86.004	36.565	36.695
Fischen	386.019	536.808	86.187	107.066
Garmisch-Partenkirchen	958.657	11.436.181	391.743	440.675
Bad Heilbrunn	17.705	116.817	6.624	10.900
Bad Hindelang	812.186	1.065.938	193.339	217.764
Kreuth	199.532	235.155	71.581	76.307
Oberstaufen	807.941	1.371.168	202.550	248.616
Oberstdorf	1.852.731	2.527.385	406.529	447.130
Pfronten	317.336	567.770	83.805	111.801
Rottach-Egern	344.464	388.268	91.129	96.463
Scheidegg	457.213	511.075	45.101	52.808
Tegernsee	191.858	218.198	53.111	57.428
Gesamtsumme	8.267.072	11.546.836	2.106.487	2.451.412

Quellen: ¹Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung

²Kurverwaltungen und Touristinformationen

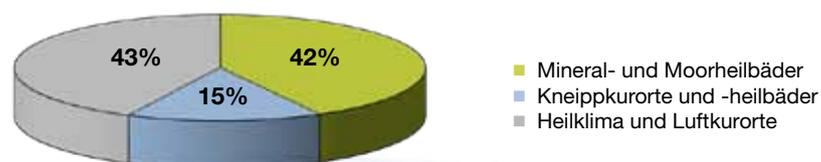
ÜBERNACHTUNGEN NACH SPARTEN

Sparte	2014	2015	+/-	%
Mineral- und Moorheilbäder	11.183.588	11.094.005	-89.583	-0,80
Kneippkurorte und -heilbäder	2.426.886	2.571.644	144.758	5,96
Heilklima und Luftkurorte	7.950.936	8.267.072	316.136	3,98
Gesamtsumme	21.561.410	21.932.721	371.311	1,72



GÄSTEANKÜNFTE NACH SPARTEN

Sparte	2014	2015	+/-	%
Mineral- und Moorheilbäder	2.002.608	2.072.442	69.834	3,49
Kneippkurorte und -heilbäder	680.731	755.831	75.100	11,03
Heilklima und Luftkurorte	1.953.315	2.106.487	153.172	7,84
Gesamtsumme	4.636.654	4.934.760	298.106	6,43



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung

AUFENTHALTSDAUER, BETTENZAHL UND BETTENAUSLASTUNG

DURCHSCHNITTLICHE AUFENTHALTSDAUER NACH SPARTEN

Sparte	2014	2015	+/-
Mineral- und Moorheilbäder	5,58 Tage	5,35 Tage	- 0,23 Tage
Kneippkurorte und -heilbäder	3,57 Tage	3,40 Tage	- 0,17 Tage
Heilklima und Luftkurorte	4,07 Tage	3,92 Tage	- 0,15 Tage
Gesamtsumme	4,65 Tage	4,44 Tage	- 0,21 Tage

BETTENZAHL

Sparte	2014	2015	+/-
Mineral- und Moorheilbäder	54.983	54.263	- 720
Kneippkurorte und -heilbäder	14.115	13.791	- 324
Heilklima und Luftkurorte	49.784	49.175	- 609
Gesamtsumme	118.882	117.229	- 1.653

DURCHSCHNITTLICHE BETTENAUSLASTUNG

Sparte	2014	2015	+/-
Mineral- und Moorheilbäder	55,73 %	56,01 %	0,28 %
Kneippkurorte und -heilbäder	47,11 %	51,09 %	3,98 %
Heilklima und Luftkurorte	43,76 %	46,06 %	2,30 %
Gesamtsumme	49,69 %	51,26 %	1,57 %

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung





Bayerischer Heilbäder-Verband e.V.

Rathausstraße 6-8
94072 Bad Füssing
Telefon: 08531 975-590
Telefax: 0800 5876783
Kostenfreie Servicenummer: 0800 5876783
E-Mail: gs@bayerischer-heilbaeder-verband.de
Internet: www.bayerischer-heilbaeder-verband.de