



PAPER, 20.01.2011

10 Thesen zur Gesundheitswirtschaft

© **Bayerischer Heilbäder Verband e.V.**

Rathausstr. 6-8

D-94072 Bad Füssing

Tel.: (08531) 975590

Fax: (08531) 21367

E-Mail: info@gesundes-bayern.de

Internet: www.gesundes-bayern.de

Inhalt

1	Einführung	3
1.1	Die Gesundheitswirtschaft	3
1.2	Der Bayerische Heilbäder-Verband	3
2	10 Thesen zur Gesundheitswirtschaft	5
2.1	In Gesundheit muss investiert werden!.....	5
2.2	„Gesundheit in und aus Bayern“ muss ein Markenzeichen werden!.....	5
2.3	Wir brauchen eine starke Stimme für die Gesundheit!.....	6
2.4	Der 6. Kondratieff! Das Zeitalter der Prävention.	6
2.5	Impulse für Europa setzen und nutzen!.....	6
2.6	Europa darf nicht zur Einbahnstraße werden!.....	7
2.7	Innovationen sind der Motor der Gesundheitswirtschaft.....	7
2.8	Ohne Wissenschaft hat die Gesundheitswirtschaft keine Grundlage!	7
2.9	Die Gesundheitswirtschaft stärkt den ländlichen Raum!.....	8
2.10	Die Bayerische Gesundheitswirtschaft muss weiter gefördert werden!	8
3	Fazit	8

1 Einführung¹

1.1 Die Gesundheitswirtschaft

Die Gesundheitswirtschaft ist ein dynamischer Zweig der deutschen Wirtschaft. Die „Erstellung und Vermarktung von Gütern und Dienstleistungen, die der Bewahrung und Wiederherstellung der Gesundheit dienen“, so die Definition der Teilnehmer der ersten nationalen Branchenkonferenz Gesundheitswirtschaft aus dem Jahr 2005, hat mit ihrer Innovationskraft eine erhebliche ökonomische Bedeutung für den Standort Deutschland.

Die Gesundheitsausgaben beliefen sich im Jahr 2008 auf rund 263 Milliarden Euro - das entspricht einem Anteil von 10,5 Prozent des Bruttoinlandsprodukts. Den größten Zuwachs erlebt die Gesundheitswirtschaft derzeit in Bayern: die jährliche Wachstumsrate von fünf Prozent im Freistaat liegt deutlich über dem Bundesdurchschnitt von zwei bis drei Prozent. Mit 800 000 Beschäftigten übertrifft die Gesundheitsbranche bereits die bayerische Automobilindustrie, die nur 168 600 Menschen beschäftigt. In der Gesundheitswirtschaft werden in Bayern jährlich 40 Milliarden Euro umgesetzt. Dies alles zeigt, welchen Stellenwert sie für die bayerische Wirtschaft insgesamt hat.

Jedoch wurde die politische Förderung der Gesundheitswirtschaft in Bayern lange vernachlässigt. Auch Eigeninitiativen der Gesundheitswirtschaft selbst sind rar. Dies gestaltet sich jenseits der Landesgrenzen anders: In Nordrhein-Westfalen beispielsweise wurde von der Landesregierung und den Kurorten und Heilbädern die Gesundheitsagentur NRW initiiert, die sich als kompetenter Ansprechpartner zu allen Gesundheitsthemen im Bundesland versteht und Gesundheitsangebote bündelt. Auch das Land Nordrhein-Westfalen selbst hat verschiedene Initiativen zum Thema Gesundheitswirtschaft ins Leben gerufen. Ähnlich stellt sich die Situation in Brandenburg dar. Das Nachbarland Österreich kümmert sich in einem Masterplan um seine Vermarktung als Gesundheitsland in Europa.

Ob Gesundheitsagentur oder Masterplan das richtige Mittel für eine energische Förderung der Gesundheitswirtschaft darstellen, soll zunächst dahinstehen. Jedenfalls müssen die Akteure der Gesundheitswirtschaft zusammen mit der Politik nun endlich konkrete Schritte einleiten – der Bayerische Heilbäder Verband e.V. steht dafür gerne zu Verfügung.

1.2 Der Bayerische Heilbäder-Verband

Der Bayerische Heilbäder-Verband e.V. (BHV) als Vertreter der bayerischen Heilbäder und Kurorte sowie deren Einrichtungen deckt verschiedene Bereiche des zweiten Gesundheitsmarktes ab (siehe Abb. 1). Dazu gehören originär das Kur- und Bäderwesen, aber auch Bereiche wie Gesundheitstourismus, Wellness, Sport und Freizeit und Gesun-

¹ Von Klaus Holetschek, 1. Vorsitzender des Bayerischen Heilbäder-Verbandes e.V.

de Ernährung. Zudem sind auch das Gesundheitshandwerk, die Beratung, Selbsthilfe, der Handel mit Medizinprodukten sowie die pharmazeutische Industrie Branchen, die das Kur- und Bäderwesen berühren.

Mit den derzeit 47 Kommunen und 20 Kurbetrieben ist der BHV eine wichtige Organisation in der Gesundheitswirtschaft auf Landesebene. Ein Hauptziel des Bayerischen Heilbäder-Verbandes ist die Förderung der Gesundheit durch qualifizierte Kuren, Reha-Maßnahmen und gesundheitsbetonte Urlaubsprogramme. Der Verband vertritt die Interessen der bayerischen Heilbäder in den verschiedensten Bereichen – insbesondere gegenüber den Parlamenten, Ministerien, Sozialversicherungen, Krankenkassen und anderen Institutionen in Deutschland sowie auf europäischer Ebene. Um die hohe Qualität des Angebots in allen Bereichen zu sichern, fördert der Verband die Kurortmedizin, die Kurortwissenschaft und die Bäderwirtschaft. Er engagiert sich außerdem dafür, dass die ortsgebundenen Heilmittel Qualitätspfeiler des Gesundheitsangebotes bleiben. Nicht zuletzt ist der BHV Kompetenzträger für sanfte Kurortmedizin.

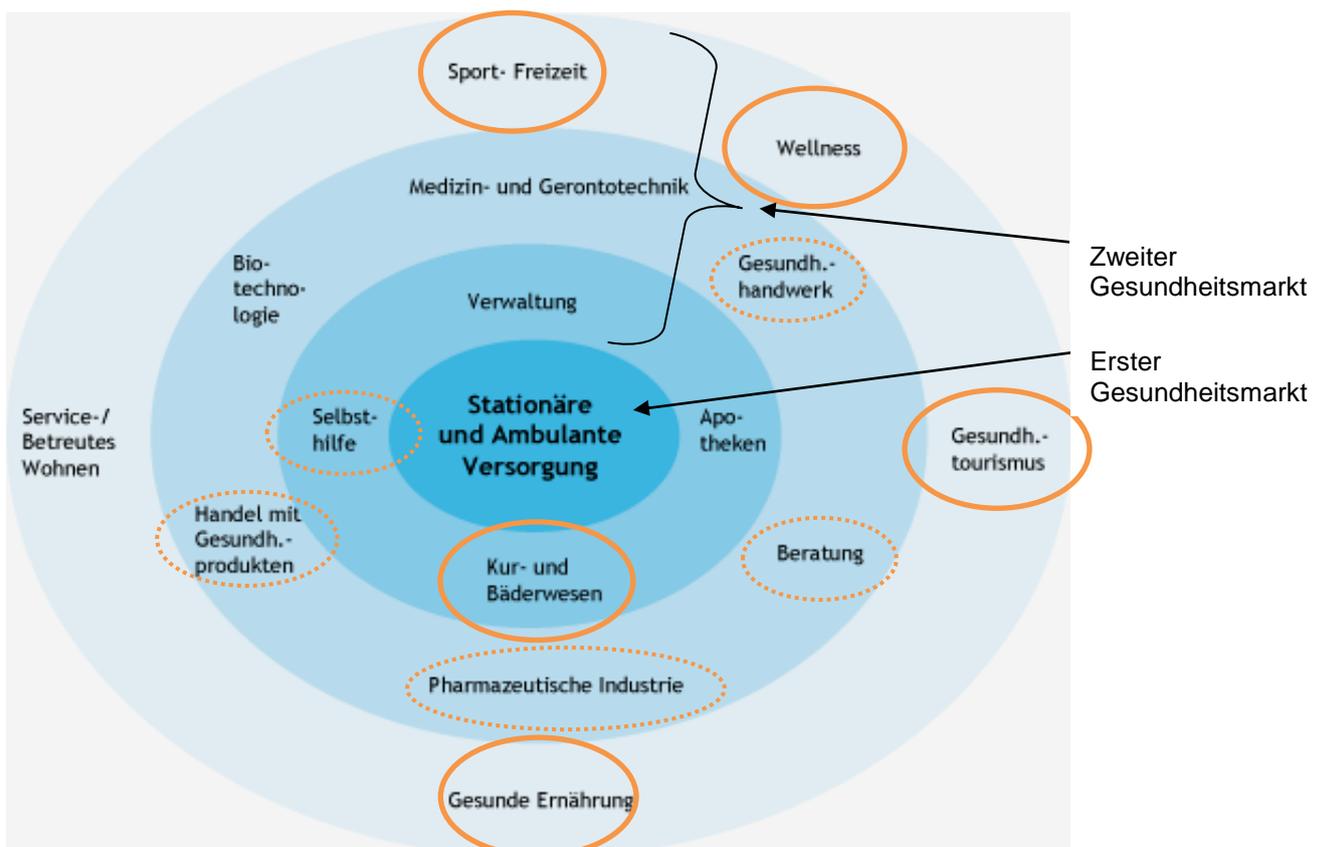


Abbildung 1: Das Zwiebelmodell der Gesundheitswirtschaft (Quelle: Institut für Arbeit und Technik). Die hervorgehobenen Bereiche zeigen die Verortung des BHV innerhalb der Gesundheitswirtschaft auf; mit einer gestrichelten Linie sind dabei die Branchen gekennzeichnet, mit denen der BHV nur partiell in Berührung kommt (eigene Darstellung).

Ganz konkret sieht der Bayerische Heilbäder-Verband e.V. die Notwendigkeit, die Gesundheitswirtschaft in Bayern zu vernetzen und zu befördern. Der BHV sieht sich durch seine ganz spezifischen Stärken² und seine Vernetzung inmitten der Bayerischen Gesundheitswirtschaft dazu aufgerufen, diesen so wichtigen Bereich unserer Wirtschaft und Gesellschaft zu strukturieren. Gerne bietet sich der BHV dazu als Koordinierungsstelle an. „Gesundes Bayern“ kann so zu einer zentralen Plattform werden.

Als konkreten Schritt hin zu einer zukunftsfähigen bayerischen Gesundheitswirtschaft sollen die im Folgenden formulierten Thesen erste Anreize zu einer Auseinandersetzung setzen:

2 10 Thesen zur Gesundheitswirtschaft

2.1 In Gesundheit muss investiert werden!

Gesundheit verursacht nicht nur Kosten, sondern ist ein Garant für Wachstum in Deutschland und Bayern. Deshalb muss in die Gesundheit – und die Gesundheitswirtschaft - investiert statt an ihr gespart werden.

Die Gesundheitswirtschaft trägt mit ihren Dienstleistungen und Produkten zum Funktionieren der Volkswirtschaft bei – denn nur gesunde Arbeitnehmer können Leistung erbringen. Zudem leistet die Branche mit einer jährlichen Wachstumsrate von fünf Prozent sowie 800.000 Beschäftigten einen erheblichen Beitrag zur Wirtschaftskraft in Bayern. Die Gesundheitswirtschaft ist daher von gesamtgesellschaftlicher Bedeutung und ein wichtiger Standortfaktor im Freistaat. Sie ist nicht Kosten-, sondern Wachstumsfaktor. Als solcher muss sie denn auch gesehen und vorangetrieben werden.

2.2 „Gesundheit in und aus Bayern“ muss ein Markenzeichen werden!

Es ist notwendig, dass die bayerische Gesundheitswirtschaft von der Öffentlichkeit einheitlicher wahrgenommen wird und deutschlandweit für Qualität und Patientenzufriedenheit steht. Nur so kann sie im nationalen und internationalen Wettbewerb bestehen.

Analog zu einem Marketing für die Gesundheitsdestination Bayern muss für die bayerischen Gesundheitsangebote eine gemeinsame Marke ähnlich dem „Made in Bavaria“ geprägt werden. Dafür ist ein Zusammenschluss im Bereich der Akteure der Gesundheitswirtschaft in Bayern nötig, d.h. eine gemeinsame Marketingstrategie aller an der

² Spezifische Stärken des BHV sind v.a.: • Ganzheitliche Sicht auf den Menschen und dessen Wohlbefinden
• Kompetenzbündelung und –vernetzung in Kurorten • Regionale Verwurzelung und regionales Bewusstsein
• Prävention als eines der essentiellen Themen, mit denen sich Deutschland aktuell und in Zukunft auseinandersetzen muss – Prävention wird erheblich an Bedeutung gewinnen • Prävention nicht im Sinne einer einmaligen Behandlung, sondern mit dem Ziel eines Wandels im Lebensstil und im Umgang mit der eigenen Gesundheit
• Die Heilanwendungen der Kur sprechen grundsätzlich alle Altersgruppen und auch internationale Gäste an

Gesundheitswirtschaft Beteiligten, die den Freistaat als exzellenten Partner für Produkte und Dienstleistungen der Gesundheitswirtschaft bewirbt.

2.3 Wir brauchen eine starke Stimme für die Gesundheit!

Der nächste notwendige Schritt für die bayerischen Gesundheitsakteure ist eine nachhaltige Vernetzung und Bündelung der Netzwerke der Gesundheitswirtschaft. Nur so können sie ihr Angebot verbessern.

Durch kontinuierlichen Austausch und Kompetenzbündelung können die einzelnen Angebote der Gesundheitswirtschaft so aneinander angepasst werden, dass sie sich optimal ergänzen. Dadurch wird ein integriertes Versorgungsnetz geschaffen, das eine bestmögliche Patientenbehandlung erlaubt – von der Prävention über die Krankheitsbekämpfung bis zu Rehabilitation und Pflege. Gerade aufgrund des demografischen Wandels und der damit zusammenhängenden Multimorbidität wird dies immer wichtiger. Ein positiver Nebeneffekt einer solchen Vernetzung ist die Bindung von Patienten auch für Folgebehandlungen an den Freistaat.

2.4 Der 6. Kondratieff!³ Das Zeitalter der Prävention.

Ganzheitliche Gesundheit ist der voraussehbarste Trend unserer Zeit. Darauf muss sich die bayerische Gesundheitswirtschaft frühzeitig einstellen.

Bedingt durch die demografische Entwicklung wird unsere Gesellschaft immer älter. Das bedeutet auch, dass die Zahl der behandlungs- und pflegebedürftigen Menschen zunehmen wird. Das Ziel der Politik muss daher sein, diese Menschen durch gezielte Vorsorge länger gesund zu halten. Die Gesundheitswirtschaft sollte sich daher zunehmend weg von rein kurativen Leistungen hin zu Angeboten orientieren, die auf die Gesunderhaltung ausgerichtet sind. Dazu gehören nicht nur einmalige Vorsorgeanwendungen, sondern das Erlernen eines gesunden Lebensstils und die Übernahme von Verantwortung für die eigene Gesundheit. Politik und Gesundheitswirtschaft müssen auf dem Gebiet der Prävention zusammenarbeiten. Nur so können die Herausforderungen des 21. Jahrhunderts an die älter werdende Gesellschaft bewältigt werden.

2.5 Impulse für Europa setzen und nutzen!

Die bayerische Gesundheitswirtschaft muss über die Landesgrenzen hinaus blicken und das Potential des ausländischen Marktes nutzen. Die rund 739 Millionen Europäer sowie

³ Kondratieffzyklen sind lange Wellen der Konjunktur. Mit der weltweiten Rezession der Jahre 2001-2003 ist der letzte, der fünfte Kondratieffzyklus, der von der Informationstechnik getragen wurde, zu Ende gegangen. Parallel dazu hat ein neuer Langzyklus, der sechste Kondratieff, begonnen. Er wird vom Bedarf nach ganzheitlicher Gesundheit angetrieben und wird den Ländern, die diesen Langzyklus führend beherrschen, für ein halbes Jahrhundert Prosperität und Vollbeschäftigung bringen. (nach Leo. A. Nefiodow)

in großem Maße auch die Bewohner der arabischen Welt sind eine attraktive Zielgruppe für den Gesundheitstourismus in Bayern.

Noch handelt es sich - nach einer Studie von November 2009 - bei vier von fünf ausländischen Patienten in Deutschland um Notfälle. Dies gilt es dahingehend zu ändern, dass Ausländer gezielt für medizinische Behandlungen, im besten Fall in Kombination mit einem Urlaub, nach Bayern kommen. Dazu muss eine Anpassung an die Bedürfnisse der ausländischen Gäste sowie einer Marketinginitiative in den Herkunftsländern der Zielgruppen erfolgen. Dies macht eine Kooperation zwischen Gesundheits- und Tourismuswirtschaft erforderlich.

2.6 Europa darf nicht zur Einbahnstraße werden!

Die bayerische Gesundheitswirtschaft muss sich zwar der Herausforderung des europäischen Binnenmarktes stellen, die Politik muss jedoch für faire Rahmenbedingungen sorgen. Anforderungen an Kurleistungen müssen dies- und jenseits der Grenzen gleich sein um sich im fairen Wettbewerb zu messen.

Vielfältige preislich attraktive Angebote in Nachbarländern wie Tschechien führen zu einer zunehmenden Abwanderung von Patienten, vor allem im Bereich der Zahnmedizin, der Schönheitschirurgie und des Kurwesens. Die Zahlen schwanken zwar stark, über den Aufwärtstrend herrscht jedoch Einigkeit: Laut einer Studie ist ein Fünftel der Deutschen bereit, sich im Ausland behandeln zu lassen. Die hervorragende Qualität der bayerischen Gesundheitsangebote muss daher herausgestellt und weiterhin gefördert werden.

2.7 Innovationen sind der Motor der Gesundheitswirtschaft.

Innovationen sind der Motor der Wirtschaft insgesamt und ganz besonders im Bereich der Gesundheitswirtschaft. Sie sind Garant für die Qualität der Gesundheitsversorgung.

Nur durch laufende Fortentwicklung kann der Standard der bayerischen Gesundheitsangebote gehalten und weiter verbessert werden. Aus diesem Grund muss die bayerische Gesundheitswirtschaft und auch die Forschung in diesem Bereich politisch und wirtschaftlich so unterstützt werden, dass sie auch in Zukunft innovationsfähig ist.

2.8 Ohne Wissenschaft hat die Gesundheitswirtschaft keine Grundlage!

Wissenschaft schafft Innovationen, bildet hoch qualifiziertes Personal aus und liefert die qualifizierten Grundlagen für langfristig wirkende Entscheidungen.

Es müssen daher optimale Bedingungen für die bayerische Gesundheitswissenschaft geschaffen und Fördergelder zur Verfügung gestellt werden. Insbesondere die Einrichtung von Lehrstühlen für spezielle Themen, wie z.B. Kurmedizin, Naturheilverfahren und

deren Vernetzung untereinander und mit der Praxis ist notwendig, um Gesundheitswissenschaft und –wirtschaft im Freistaat voranzutreiben.

2.9 Die Gesundheitswirtschaft stärkt den ländlichen Raum!

Die unterschiedlichen Beteiligten der Gesundheitswirtschaft wie Handwerk, Kliniken, Tourismuseinrichtungen u.a. sind ein wichtiger Faktor für den ländlichen Raum. Ihr Ausbau wertet die ländlichen Gebiete auf und kann so dafür sorgen, dass die ländliche Entwicklung nicht stagniert.

Gerade die ländliche Entwicklung wird durch Standorte der Gesundheitswirtschaft – oft genug Leuchttürme – außerhalb der Ballungsräume angekurbelt. Denn neben der Gesundheitswirtschaft profitieren auch Branchen wie Tourismus, Transport und Gastronomie und damit die gesamte Infrastruktur der jeweiligen Orte und der Region, in denen keine Industrie angesiedelt ist. Dadurch kann auch einer Abwanderung der ländlichen Bevölkerung in die Ballungsräume entgegengewirkt werden. Erreicht werden kann dies auch durch eine spezifische Imagebildung, die das Land als optimale Umgebung für die Pflege und Wiederherstellung der Gesundheit darstellt.

2.10 Die Bayerische Gesundheitswirtschaft muss weiter gefördert werden!

Die bayerische Gesundheitswirtschaft darf sich nicht auf ihren hohen Wachstumsraten ausruhen. Sie riskiert sonst, von anderen Bundesländern und dem europäischen Ausland abgehängt zu werden.

Denn die Anstrengungen, die Gesundheitswirtschaft voranzutreiben, sind dort sehr viel höher. Nicht nur die Politik, sondern auch die Akteure der Gesundheitswirtschaft selbst setzen sich dafür ein, dass Alleinstellungsmerkmale entwickelt und vermarktet werden. Dies muss auch in Bayern geschehen. Ministerien, Fraktionen, Gesundheitswirtschaft und Tourismusbranche müssen dazu eine gemeinsame Stoßrichtung formulieren. Zunächst müssen verlässliche und professionelle Strukturen geschaffen werden, in deren Rahmen sich die Gesundheitswirtschaft entwickeln kann. Darin besteht ein klarer Auftrag an die Politik mit dem Ministerpräsidenten und den beiden zuständigen Ministerien an der Spitze.

3 Fazit

Durch seine spezifischen Stärken und Erfahrungen hat der Bayerische Heilbäder-Verband eine eigene, gewinnende Sicht auf die Gesundheitswirtschaft. Aus dieser Sicht heraus wurden die Thesen zur Gesundheitswirtschaft entwickelt. Sie sollen dazu beitragen, die bayerische Gesundheitswirtschaft weiter zu stärken – mit bewährten, aber auch mit neuen Ansätzen, die der BHV mit seinem Fachwissen als Hintergrund in die Diskussion einbringt.

Ein wichtiges Instrument ist dabei die **Vernetzung**. Ihre Notwendigkeit ist die Konsequenz vieler Thesen, die oben dargestellt sind. Sie muss in unterschiedlichen Bereichen und auf verschiedenen Ebenen erfolgen, um die Gesundheitswirtschaft in Bayern voranzubringen: Einerseits muss es eine Vernetzung der Akteure der Gesundheitswirtschaft untereinander geben - sowohl im Bereich des Marketings als auch im Bereich der medizinischen Versorgung. Eine Marke „Gesundheit in Bayern“ kann nur durch alle Beteiligten gemeinsam geprägt werden. Ebenso kommt eine integrierte Patientenversorgung nur zustande, wenn ein kontinuierlicher Austausch besteht und eine Kompetenzbündelung betrieben wird.

Bei der Lancierung von Förderaktivitäten, beim Ausbau von Präventionsangeboten, bei der Werbung um Gesundheitstouristen sowie beim Austausch mit der Forschung kommen als weitere Vernetzungspartner die Politik, der Tourismus und die Wissenschaft ins Spiel. Es gilt hier, **strategische Partnerschaften** zu schließen, von denen alle Beteiligten profitieren. Eine gemeinsame Stoßrichtung ist nötig, damit nicht nur die bayerische Gesundheitswirtschaft, sondern Bayern insgesamt gewinnen kann.

Vernetzung allein jedoch macht noch keine optimal aufgestellte Gesundheitswirtschaft aus. Sie muss außerdem innovativ sein, um konkurrenzfähig zu bleiben. Dies betrifft vor allem **Innovationen** im medizinischen und technologischen Bereich, aber auch innovative Konzepte in der Profilierung und Vermarktung. Dafür muss aber auch die Politik die notwendigen Voraussetzungen schaffen und gemeinsam mit der Gesundheitswirtschaft die Aktivitäten zu deren Förderung ausbauen. Dazu gehören nicht nur finanzielle Mittel, sondern auch die Entwicklung von Alleinstellungsmerkmalen für die **Positionierung der bayerischen Gesundheitswirtschaft in Europa**, wie dies einige andere Bundesländer und europäische Länder bereits tun. Bayern muss hier aufschließen, um wettbewerbsfähig zu bleiben.

Der Bayerische Heilbäder Verband e.V. hofft auf einen regen Austausch zu diesen Thesen und eine positive Entwicklung der bayerischen Gesundheitswirtschaft dadurch.