



*Jahresbericht 2010*  
*Bayerischer Heilbäder-Verband e. V.*



## Inhaltsverzeichnis

### Geschäftsbericht 2010



Vorwort .....	2
Mitglieder 2010 .....	5
Ehrevorsitzender, Ehrenmitglieder, Inhaber der Ehrenmedaille .....	7
Gremien im Bayerischen Heilbäder-Verband .....	8
Verbandsgeschehen .....	9
Klausurtagung in Berlin .....	11
Bad Endorfer Tage 2010 .....	12
64. Bayerischer Heilbädertag in Bad Griesbach .....	13
10 Thesen zur Gesundheitswirtschaft .....	15
Delegierte und Ausschussmitglieder im Deutschen Heilbäderverband .....	18
Aus dem Deutschen Heilbäderverband .....	19
Kampagne „Die neue Kur in Deutschland“ .....	20
Haushaltsrechnung 2010 .....	21
Bilanz zum 31. Dezember 2010 .....	22
Rechnungsprüfung für das Geschäftsjahr 2010 .....	23
Messen, Reisemärkte und Ausstellungen .....	24
Prospektanforderungen .....	25
Werbemaßnahmen .....	26
Marketingbudget 2010 .....	29
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit .....	30
Übernachtungen und Gästeankünfte nach Sparten .....	32
Entwicklung seit 1998 .....	35

## Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren,  
liebe Mitglieder des Bayerischen Heilbäder-Verbandes,

zunächst möchte ich Ihnen meinen herzlichen Dank aussprechen. Die erfolgreichen Veränderungen und Neuerungen im letzten Jahr wären ohne Ihre aktive Teilnahme und tatkräftige Unterstützung nicht möglich gewesen. Dazu zählt natürlich Ihr finanzieller Beistand, aber auch Ihre gedankliche Mitarbeit an der Weiterentwicklung unseres Verbandes - für beides möchte ich mich bei Ihnen bedanken.

Welche Veränderungen und Neuerungen meine ich? Was waren unsere Ziele für 2010 und was sind sie in Zukunft?

Lassen Sie mich kurz auf die wirtschaftliche Bedeutung der Heilbäder und Kurorte eingehen. Im Jahr 2010 gab es 24 Millionen Übernachtungen in bayerischen Heilbädern und Kurorten. Das sind rund 30 Prozent aller in Bayern getätigten Übernachtungen. Den positiven Effekt auf die Entwicklung und Infrastruktur im ländlichen Raum im Flächenland Bayern kann ich nicht stark genug betonen. Mit ca. 100.000 Beschäftigten und einem Umsatz von 3,7 Milliarden Euro tragen die bayerischen Heilbäder und Kurorte nicht nur wesentlich zum Tourismus sondern auch zur Gesundheitswirtschaft in Bayern insgesamt bei, die ein jährliches Wachstum von 5 Prozent verzeichnet.

Zudem sieht sich der Bayerische Heilbäder-Verband als Vertreter der bayerischen Heilbäder und Kurorte durch seine Einbindung inmitten der bayerischen Gesundheitswirtschaft aufgerufen, diese vor allem hinsichtlich des wichtigen zweiten Gesundheitsmarktes - zu dem das Kurwesen genauso gehört wie das Gesundheitshandwerk, der Handel mit Medizinprodukten oder gesunde Ernährung - stärker zu vernetzen und zu strukturieren. Um dieses Ziel zu erreichen, ist der Bayerische Heilbäder-Verband nun auch Mitglied in der Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft, wo der Themenbereich Gesundheitswirtschaft bislang ein Schattendasein fristete. Das möchten wir mit unserer Expertise und Kompetenz ändern und haben zu diesem Zweck 10 Thesen entwickelt, die die großen Potentiale für uns in der Gesundheitswirtschaft ausdrücken.

Die Bewahrung von Expertise und Kompetenz erfordert dabei als erstes Erhaltung und Rückbesinnung auf unsere eigene Identität, auf Gesundheit und Prävention als den Kern der Kur. Wir arbeiten daran, die Kur wieder in den Mittelpunkt zu rücken sowie unsere ortsgebundenen Heilmittel und Naturheilverfahren als Alleinstellungsmerkmale besser herauszustellen. Die Kampagne „Die neue Kur“ des Deutschen Heilbäderverbandes zielt mit Humor und Augenzwinkern auch in diese Richtung.

Allerdings bedeuten Expertise und Kompetenz auch permanente Anstrengung in Form von Modernisierung und Innovation und dies nicht nur, um glaubwürdig auf dem aktuellsten Stand zu bleiben sondern vor allem auch, um zukünftige Entwicklungen aktiv mitgestalten zu können. Deswegen hat sich der Bayerische Heilbäder-Verband mit den Bad Endorfer Tagen 2010 zum Thema „Innovation“ einen Erneuerungskurs verschrieben und einen Arbeitskreis Innovation eingerichtet, für dessen Leitung wir Richard Adam, den ehemaligen Geschäftsführer der Bayern Tourismus Marketing GmbH, gewinnen konnten.

Als großen Erfolg dieses neuen Kurses zählen wir - mit maßgeblicher Förderung des Bayerischen Wirtschaftsministeriums - den Startschuss zur Entwicklung von Handy-Apps, die den Kurgästen in unseren jeweiligen Heilbädern und Kurorten einen modernen Urlaub am Puls der Zeit ermöglichen und uns große positive mediale Aufmerksamkeit bescherten. Für seinen großartigen Einsatz darf ich an dieser Stelle bereits Thomas Jahn aus Bad Aibling danken. Er hat wesentlichen Anteil an der erfolgreichen Umsetzung dieses Projektes.

Modernisierung und Innovation sind dabei nicht umsonst zu haben. Die Mehrwertsteuersenkung für das Hotelgewerbe konnten die Mitglieder des Bayerischen Heilbäder-Verbandes sinnvoll nutzen, um mit einem mittlerweile hohen zwei- bzw. dreistelligen Millionen-Betrag stetig und nachhaltig in die Erneuerungen zu investieren.

Doch für den Bayerischen Heilbäder-Verband geht Innovation weit über eine rein technische Modernisierung im Sinne einer zeitgemäßen Marketing-Strategie hinaus. Innovation heißt auch fortwährende Kooperation und strategische Planung zusammen mit anderen wichtigen Partnern. Das betrifft andere Verbände mit ähnlichen Interessenlagen oder

## Vorwort

Partner aus der Gesundheitswirtschaft genauso wie die Forschung. Deshalb arbeiten wir eng mit den beiden großen Universitäten in München zusammen: An der Ludwig-Maximilian-Universität (LMU) unterstützen wir momentan ein Forschungsprojekt über die medizinische Qualität der Gesundheitsförderung und Sekundärprävention unter Leitung von Frau Professor Dr. Angela Schuh. Ebenso kooperieren wir mit der Technischen Universität (TU), wo unter Leitung von Herrn Professor Dr. Dieter Melchart das bayernweite Projekt zur Gesundheitsvorsorge „CAMPUS-IGM“, eine Kooperation des Klinikum rechts der Isar mit Kurorten für ein individuelles Gesundheitsmanagement, gestartet wurde.

An dieser Stelle möchte ich meinen aufrichtigen Dank an Herrn Professor Jürgen Kleinschmidt richten, der im verdienten Ruhestand immer noch als Lehrbeauftragter an der LMU München im Bereich der Kurortmedizin agiert und uns stets mit Rat und Tat zur Seite steht. Wir hoffen auch zukünftig seine Expertise und Hilfe in Anspruch nehmen zu können.

Einer der wichtigsten Kooperationspartner ist natürlich die Politik auf Landes- und Bundesebene. Mich freut besonders, dass die Bayerische Staatsregierung die Zeichen der Zeit erkennt. Das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie unter der Leitung von Martin Zeil betonte im tourismuspolitischen Konzept der Bayerischen Staatsregierung die große Bedeutung des Gesundheitstourismus als Zukunftsmarkt vor dem Hintergrund des Megatrends Gesundheit. Hier möchte ich auch Frau Staatssekretärin Katja Hessel für ihr Engagement als Vorsitzende des Staatssekretärausschuss „Ländlicher Raum in Bayern“ danken. Zudem möchte ich ganz besonders Herrn Dr. Otto Ziegler, Referatsleiter für Tourismus, danken, der unsere Arbeit seit je her mit Wort und Tat auf so herausragende Weise unterstützt. Dank auch an Erich Gierstorfer und Dr. Peter Hauer für ihre Begleitung unserer Anliegen. Frau Christa Adlmüller vom Tourismusreferat möchte ich alles Gute für den Ruhestand wünschen.

Die Relevanz des Themas Gesundheit als Megatrend war auch auf dem 1. Tag der Bayerischen Gesundheitsregionen zu vernehmen, an dem der bayerische Gesundheitsminister Dr. Markus Söder teilnahm und die Wichtigkeit der Heilbäder und Kurorte für den Ausbau des Gesundheitstourismus und für den Standort Bayern klar erkannte. Wir halten hier weitere Investitionen in die Infrastruktur und medizinische Angebote für unerlässlich, damit der hohe Standard in Bayern nicht nur gehalten sondern auch beständig weiter verbessert werden kann. Hier möchten wir auch die positive Arbeit des Leitenden Ministerialrats Andreas Ellmaier unterstreichen.

Bei all den oben genannten Punkten - Stärkung unserer Position in der Gesundheitswirtschaft, Rückbesinnung auf den präventiven und medizinischen Kern der Kur, die Kooperation mit strategischen Partnern - steht eines klar im Vordergrund: Wir müssen noch stärker kampagnenfähig werden. Nur wenn wir mit gezieltem Einsatz unsere Forderungen klar an den richtigen Stellen artikulieren, werden wir unsere Pläne verwirklichen können. Ein solches Engagement - das kann von Unterschriftenaktionen bis zur persönlichen Ansprache der entscheidenden Stellen reichen - lege ich jedem von Ihnen ans Herz! In vielen Bereichen hat sich schon gezeigt, dass wir Einfluss nehmen können, wenn wir uns anstrengen.

Hier sei beispielsweise auf das wichtige Thema des Badearztes hingewiesen, das uns in der Vergangenheit beschäftigt hat. Wir sehen die Änderungen durch die Bayerische Landesärztekammer in der Weiterbildungsordnung für die Ärzte Bayerns als großen Erfolg. Diese ermöglicht es Ärztinnen und Ärzten, sich zum Kur- bzw. Badearzt durch die Absolvierung eines umfangreichen Kurses auch berufsbegleitend weiterbilden zu lassen. Wir hoffen, dass diese Erleichterung einen Beitrag zur Entschärfung der Situation mangelnder Kur- und Badeärzte in den Heilbädern und Kurorten leisten wird.

Ein Themenkomplex, der weiterhin ganz oben auf der Agenda steht und auch in den nächsten Jahren höchste Priorität genießen wird, ist Prävention und Gesundheitsvorsorge. Es darf mittlerweile als allgemeiner Konsens gelten, dass Prävention vor dem Hintergrund der demographischen Entwicklung - die bedeutet, dass Menschen aufgrund des hohen Alters behandlungs- und pflegebedürftiger werden, dabei jedoch steigender Anstrengung durch ein längeres Arbeitsleben ausgesetzt sind - ein essentieller Baustein ist, um die Gesundheitskosten in Zukunft nicht explodieren zu lassen. Vor allem auch die betriebliche Gesundheitsvorsorge nimmt hier einen wichtigen Stellenwert ein. Konnten im Jahr 1996 noch 800.000 Versicherte mit Unterstützung der Krankenkassen eine ambulante Kur zu Präventionszwecken in Anspruch nehmen, waren es 2010 gerade noch knapp über 80.000 - ein Rückgang von über 90 Prozent!

## Vorwort

Wir verlangen von der Politik mehr als nur gute Worte, nämlich tatkräftiges Engagement, um die Inhalte des Koalitionsvertrages, in dem es heißt „Prävention ist ein wichtiger Baustein für ein gesundes Leben und für unsere Gesellschaft“, umzusetzen. Auf unserem 64. Bayerischen Heilbädertag in Bad Griesbach haben wir diese Problematik in der Diskussion mit Frau Widmann-Mauz, Parlamentarische Staatssekretärin im Bundesgesundheitsministerium, offen angesprochen. Sie ist sich der Kluft zwischen dem Anspruch der Prävention und der Wirklichkeit der durch die Kassen abgelehnten Kuranträge bewusst. Bei aller Selbstbestimmtheit der Kassen fordert der Bayerische Heilbäder-Verband, dass die Politik zum Wohle der Patienten nachhaltig und drastisch gegen die bestehende Praxis der Kassen bei Kurbeantragungen vorgeht.

Der erste Schritt muss hierbei Transparenz bei der Ablehnung von Kuranträgen sein. Aus diesem Grund setzt das Bundesgesundheitsministerium nun auf eine Statistikpflicht der Krankenkassen zur Bewilligung und Ablehnung von Anträgen. Dass die Kassen dabei zunächst falsche oder völlig unzureichende Zahlenangaben und auf Nachbesserung eine eklatante Lücke von bewilligten und tatsächlich durchgeführten ambulanten Maßnahmen offenbar wurde, ist ein wahrer Skandal, der uns weiter beschäftigen wird.

Die stärkere allgemeine verbandspolitische Ausrichtung hat auch dazu geführt, dass wir die Pressearbeit unseres Verbandes aufgeteilt haben: Für Marketing und Tourismuswerbung ist weiterhin die Bayern Tourismus Marketing GmbH zuständig, für deren Einsatz und Unterstützung ich vor allem der Geschäftsführerin Sybille Wiedenmann und auch Frau Sabine Weinhardt, zuständig für das Marketing, und Herrn Jens Huwald, dem Unternehmenssprecher, danken möchte. Für die PR-Arbeit im Sinne einer politischen Neupositionierung des Bayerischen Heilbäder-Verbandes in den Medien haben wir Concilius als strategischen Partner engagiert. Für die bislang sehr vielversprechende Zusammenarbeit und vor allem den hohen Einsatz von Herrn Daniel Schreyer mit seinem Team möchte ich auch an dieser Stelle meinen Dank aussprechen.

Last but not least möchte ich den Vorstandsmitgliedern danken, insbesondere meinem Stellvertreter Alois Brundobler, aber natürlich auch den Mitgliedern der Ausschüsse, speziell Andrea Schallenkammer als Vorsitzende des Marketingausschusses, Ernst A. Stapfer als Vorsitzendem der Preiskommission und Gunter Sauer im Europa-Ausschuss des Deutschen Heilbäderverbandes. Besonders hervorheben darf ich unseren Geschäftsführer Rudolf Weinberger und Claudia Hofer von der Geschäftsstelle. Ohne ihre außerordentliche Hingabe wäre das Wirken des Bayerischen Heilbäder-Verbandes nicht in diesem Ausmaß möglich.

An alle Mitglieder möchte ich appellieren: Behalten Sie Ihren eifrigen und dynamischen Einsatz bei! Als bayerischer Dachverband sind wir das Sprachrohr Ihrer Anregungen und Ideen. Nur wenn wir über die Wünsche und Probleme vor Ort Bescheid wissen, können wir handeln, um die Zukunft der Heilbäder und Kurorte zu sichern und aktiv zu gestalten.

Mit den besten Grüßen

Ihr



Klaus Holetschek

1. Vorsitzender des Bayerischen Heilbäder-Verbandes



## Mitglieder 2010

### Franken

---

Gemeinde Bad Alexandersbad, Markgrafenstraße 28, 95680 Bad Alexandersbad  
Lohengrin Therme, Kurpromenade 5, 95448 Bayreuth  
Kur und Tourismus GmbH, Bahnhofstraße 77, 95460 Bad Berneck  
Kur- und Touristinformation Bischofsgrün, Jägerstraße 9, 95493 Bischofsgrün  
Staatsbad und Touristik Bad Bocklet GmbH, Kurhausstraße 2, 97708 Bad Bocklet  
Kurhaus Bad Bocklet, Kurhausstraße 2, 97708 Bad Bocklet  
Staatliche Kurverwaltung, Heinrich-von-Bibra-Straße 28, 97769 Bad Brückenau  
Stadt Bad Brückenau, Alter Rathausplatz 1, 97769 Bad Brückenau  
Bayerisches Staatsbad Bad Kissingen GmbH, Am Kurgarten 1, 97688 Bad Kissingen  
Kur-Betriebs-GmbH, Am Kurzentrum 1, 97631 Bad Königshofen  
Tourismus- und Stadtmarketing Bad Neustadt GmbH, Rathausgasse 2, 97616 Bad Neustadt  
Stadt Bad Rodach, Markt 1, 96476 Bad Rodach  
Kur und Tourismus Service Bad Staffelstein, Bahnhofstraße 1, 96231 Bad Staffelstein  
Obermain Therme, Am Kurpark 1, 96231 Bad Staffelstein  
Bayerisches Staatsbad Bad Steben GmbH, Badstraße 31, 95138 Bad Steben  
Kur- und Touristinformation, Heinrich-Aurnhammer-Straße 3, 91757 Treuchtlingen  
Stadt Weißenstadt, Kirchplatz 1, 95163 Weißenstadt  
Kur-, Kongress- und Touristik GmbH, Erkenbrechtallee 2, 91438 Bad Windsheim  
Franken-Therme Bad Windsheim GmbH, Erkenbrechtallee 10, 91438 Bad Windsheim

### Oberbayern

---

AIB-Kur GmbH & Co. KG, Wilhelm-Leibl-Platz 3, 83043 Bad Aibling  
Gemeinde Bad Bayersoien, Dorfstraße 45, 82435 Bad Bayersoien  
Zweckverband Tourismusregion Berchtesgaden-Königssee, Königsseer Straße 2, 83471 Berchtesgaden  
Kurverwaltung und Tourismusservice, Bahnhofplatz 2, 83093 Bad Endorf  
Chiemgau Thermen, Ströbinger Str. 18, 83093 Bad Endorf  
Kur- und Gästeinformation Bad Feilnbach, Bahnhofstraße 5, 83075 Bad Feilnbach  
Reithofpark-Klinik GmbH & Co. KG, Reithof 1, 83075 Bad Feilnbach  
Garmisch-Partenkirchen Tourismus, Richard-Strauss-Platz 1 a, 82467 Garmisch-Partenkirchen  
Gästeinformation Bad Heilbrunn, Wörnerweg 4, 83670 Bad Heilbrunn  
Gemeinde Bad Kohlgrub, Hauptstraße 29, 82433 Bad Kohlgrub  
Kur- und Tourismusbüro, Alte Rathausstraße 11, 83209 Prien am Chiemsee  
Bayerisches Staatsbad Kur GmbH, Wittelsbacher Straße 15, 83435 Bad Reichenhall  
Adelholzener Alpenquellen GmbH, St.-Primus-Str. 1, 83313 Siegsdorf  
Tegernseer Tal Tourismus GmbH, Hauptstraße 2, 83684 Tegernsee  
Tourist-Information Bad Tölz, Max-Höfler-Platz 1, 83646 Bad Tölz

## Mitglieder 2010

### Ostbayern

---

Kurverwaltung Bad Abbach, Kaiser-Karl-V.-Allee 5, 93077 Bad Abbach  
Asklepios Klinikum Bad Abbach, Stinkelbrunnstraße 10, 93077 Bad Abbach  
Kaiser-Therme, Kurallee 4, 93077 Bad Abbach  
Markt Bad Birnbach, Neuer Marktplatz 1, 84364 Bad Birnbach  
Rottal Terme, Prof.-Drexel-Straße 25-27, 84364 Bad Birnbach  
Markt Eging am See, Prof.-Reiter-Straße 2, 94535 Eging am See  
Gemeinde Bad Füssing, Rathausstraße 6, 94072 Bad Füssing  
Europa Therme, Kurallee 23, 94072 Bad Füssing  
Johannesbad Rehakliniken AG & Co. KG, Johannesstraße 2, 94072 Bad Füssing  
Kur- und Touristinformation, Heiligenstädter Straße 5, 93333 Bad Gögging  
Limes-Therme, Am Brunnenforum 1, 93333 Bad Gögging  
Römerbad Kliniken, Römerstraße 15, 93333 Bad Gögging  
Stadt Bad Griesbach, Schlossberg 18, 94086 Bad Griesbach  
Hartl Resort, Am Brunnenplatzl 2, 94086 Bad Griesbach-Therme  
Wohlfühl-Therme, Thermalbadstraße 4, 94086 Bad Griesbach-Therme  
Wunsch Otto und Erika GdbR, Prof.-Baumgartner-Straße 1, 94086 Bad Griesbach  
Kurverwaltung und Tourist-Information, Herrenstraße 10, 93444 Bad Kötzing  
Markt Neualbenreuth, Marktplatz 10, 95698 Neualbenreuth  
Kurmittelhaus Sibyllenbad, Kurallee 1, 95698 Neualbenreuth

### Allgäu/Bayerisch Schwaben

---

Gemeinde Fischen im Allgäu, Am Anger 15, 87538 Fischen im Allgäu  
Füssen Tourismus und Marketing, Kaiser-Maximilian-Platz 1, 87629 Füssen  
Kurverwaltung Bad Grönenbach, Marktplatz 5, 87730 Bad Grönenbach  
Gästeinformation Bad Hindelang, Am Bauernmarkt 1, 87541 Bad Hindelang  
Stadt Krumbach, Nattenhauser Straße 5, 86381 Krumbach  
Heilbad Krumbad GmbH, Bischof-Sproll-Straße 1, 86381 Krumbach  
Oberstaufen Tourismus und Marketing GmbH, Hugo-v.-Königsegg-Straße 8, 87534 Oberstaufen  
Tourismus Oberstdorf, Prinzregenten-Platz 1, 87561 Oberstdorf  
Touristikamt Kur und Kultur, Marktplatz 14, 87724 Ottobeuren  
Kur- und Tourismusbüro, Wertacher Straße 11, 87466 Oy-Mittelberg  
Gemeinde Pfronten, Allgäuer Straße 6, 87459 Pfronten  
Markt Scheidegg, Rathausplatz 6, 88175 Scheidegg  
Kurdirektion Bad Wörishofen, Luitpold-Leusser-Platz 2, 86825 Bad Wörishofen

## Ehrenvorsitzender, Ehrenmitglieder, Inhaber der Ehrenmedaille

- Ehrenvorsitzender: Walter Rundler, Bad Kissingen  
*Vorsitzender von 1974 bis 1994*
- Ehrenmitglieder: Hans-Wolfgang Städtler, Herrieden  
*Mitglied der Preiskommission, Vorstandsmitglied von 1985 bis 1994  
Stellv. Vorsitzender von 1995 bis 1996*
- Anton Müller, Bad Endorf  
*Mitglied der Preiskommission und im Redaktionsausschuss  
Kassenprüfer von 1986 bis 1989, Schatzmeister von 1990 bis 1995  
Stellv. Vorsitzender von 1996 bis 2000, Vorstandsmitglied von 2001 bis 2003*
- Walter Grath, Oberstaußen  
*Vorstandsmitglied von 1990 bis 2003*
- Herbert Fischhaber, Bad Wiessee  
*Vorstandsmitglied von 1995 bis 2000 und von 2007 bis 2009  
Stellv. Vorsitzender von 2001 bis 2006*
- Inhaber der Ehrenmedaille: Walter Besler, Ofterschwang  
*Mitglied im Marketingausschuss, Vorstandsmitglied von 1980 bis 1997*
- Arnold Herrmann, Bad Kissingen  
*Geschäftsführer von 1974 bis 1990*
- Detlev Janetzek, Nürnberg  
*Mitglied im Marketingausschuss, Kassenprüfer von 1992 bis 1994  
Vorstandsmitglied von 1995 bis 2000*
- Dr. Herbert Pfisterer, Bischofswiesen  
*Mitglied im Marketingausschuss*
- Karl-Walther Schuster, Baden-Baden  
*Vorstandsmitglied von 1973 bis 1975, Schatzmeister von 1976 bis 1989*
- Ernst Wittmann, Bischofswiesen  
*Mitglied im Redaktionsausschuss, Vorstandsmitglied von 1997 bis 2000*
- Heinz Egginger, Malching  
*Mitglied im Redaktionsausschuss, Mitglied im Marketingausschuss*
- Dr. Dieter Eichelsdörfer, München  
*langjährige wissenschaftliche Begleitung*
- Professor Dr. Dr. Dipl.-Phys. Jürgen Kleinschmidt, München  
*langjährige wissenschaftliche Begleitung*

## Gremien im Bayerischen Heilbäder-Verband

### Vorstand

---

Vorsitzender:	Bürgermeister Klaus Holetschek, Bad Wörishofen
Stellv. Vorsitzender:	Bürgermeister Alois Brundobler, Bad Füssing
Schatzmeister:	Kurdirektor a. D. Sepp Höfer, Bad Feilnbach
Beisitzer:	Geschäftsführer Werner Angermüller, Bad Königshofen
Beisitzer:	Kurdirektor Sepp Barth, Bad Kötzing
Beisitzer:	Kurdirektor Maximilian Hillmeier, Bad Hindelang
Beisitzer:	Kurdirektorin Gabriella Squarra, Bad Reichenhall
Beisitzer:	Geschäftsführer Georg Overs, Tegernsee

### Marketingausschuss

---

Vorsitzende:	Kurdirektorin Andrea Schallenkammer, Bad Brückenau
Stell. Vorsitzender:	Geschäftsführer Hubert Seewald, Bad Windsheim
Beisitzer:	Geschäftsführerin Bianca Keybach, Oberstausen
Beisitzer:	Kurdirektorin Dr. Sylvia Gnad, Scheidegg
Beisitzer:	Kurdirektor Thomas Jahn, Bad Aibling
Beisitzer:	Kurdirektor Klaus Pelikan, Bad Tölz
Beisitzer:	Kurdirektor Martin Mayer, Bad Griesbach
Beisitzer:	Alois Dorfner, Leiter der Kurverwaltung, Bad Birnbach (bis Mai 2010) Sonja Büchler, Bad Füssing (ab Oktober 2010)

### Preiskommission

---

Vorsitzender:	Werkleiter Ernst A. Stapfer, Bad Füssing
Stellv. Vorsitzender:	Geschäftsführer Ottmar Lang, Bad Steben
Beisitzer:	Geschäftsführer Gunter Sauer, Bad Kissingen
Beisitzer:	Werkleiter Franz Bauer, Bad Gögging
Beisitzer:	Geschäftsführer Karl Zettl, Bad Gögging
Beisitzer:	Walter Battisti, Bad Reichenhall
Beisitzer:	Stellv. Kurdirektor Werner Büchele, Bad Wörishofen
Beisitzer:	Werkleiter Hans-Josef Stich, Bad Staffelstein

### Rechnungsprüfer

---

Kurdirektor Tilmann Kaiser, Bad Abbach  
Geschäftsleiter Gotthard Hierbeck, Eging am See

## Verbandsgeschehen

### Vorstand

---

Der Vorstand des Bayerischen Heilbäder-Verbandes tagte im Geschäftsjahr 2010 an folgenden Terminen:

08.02.2010	Berlin
18.03.2010	Bad Endorf
05.05.2010	Bad Feilnbach
04.08.2010	Bad Wiessee
18.10.2010	Bad Griesbach
23./24.11.2010	Oberstaufen

### Marketingausschuss

---

Im Geschäftsjahr 2010 haben sich die Mitglieder im Marketingausschuss an folgenden Terminen beraten:

14.01.2010	München
29.03.2010	Bad Aibling
20.07.2010	München
23./24.11.2010	Oberstaufen

### Preiskommission

---

Die Mitglieder der Preiskommission traten im Geschäftsjahr 2010 zu folgenden Sitzungen zusammen:

18.02.2010	Bad Füssing
19.07.2010	München

### Geschäftsstelle

---

Adresse: Bayerischer Heilbäder-Verband e. V.  
Rathausstr. 6-8  
94072 Bad Füssing  
Tel. 08531/975590  
Fax 08531/21367  
info@gesundes-bayern.de  
www.gesundes-bayern.de

Geschäftsführer: Rudolf Weinberger  
Sekretariat: Claudia Hofer

## Verbandsgeschehen

### Gütesiegelverleihung

Am 24. Februar 2010 wird das Gütesiegel „Vorbildliche Gesundheitsförderung am Kurort“ an Patrick Geiger (Altmühlvital GmbH Treuchtlingen), Herbert Hitsch, Mariele Obermeier und Evi Wellner (Wohlfühl-Therme Bad Griesbach) nach einer intensiven Weiterbildung verliehen. Somit gibt es derzeit 71 Gütesiegelinhaber in 62 Betrieben der bayerischen Heilbäder und Kurorte. Um die Gesundheit von Körper, Geist und Seele ganzheitlich zu fördern, wird die ambulante Kur in Bayern durch verhaltenspräventive Maßnahmen der Gesundheitsförderung unterstützt. Entspannungsformen, Bewegungstraining, Ernährungsseminare oder auch Raucherentwöhnung sollen den Kurerfolg sinnvoll und qualitativ ergänzen. Ein wichtiger Bestandteil der Weiterbildung sei die Entwicklung und Umsetzung geeigneter Kurskonzepte für den eigenen Betrieb oder Ort und dies nicht nur im Rahmen einer ambulanten Vorsorgeleistung sondern auch im Bereich der Prävention für gesundheitsbewusste Gäste und Einheimische, so Schulungsleiter Gerhard Winklhofer. Das Gütesiegel ist außerdem Voraussetzung für die Abrechnung der gesundheitsfördernden Seminare im Rahmen einer ambulanten Kur mit den Krankenkassen.



(Foto: Treffpunkt Gesundheit, Bad Füssing)

### Änderung der Weiterbildungsordnung für Kur- und Badeärzte

Die Änderung der Weiterbildungsordnung für Kur- und Badeärzte wird am 17. Oktober 2010 vom Bayerischen Ärztetag beschlossen. Ärzte, die in einem staatlich anerkannten Heilbad oder Kurort tätig sind, können die Bezeichnung Kur- und Badearzt führen, wenn Sie 240 Stunden Kurs-Weiterbildung in physikalischer Therapie und Balneologie nachweisen. Somit kann die Zusatzqualifikation in Bayern wieder berufsbeleitend erworben werden.

### Startschuss für Handy-Apps

Am 23. September 2010 fällt in Bad Aibling der offizielle Startschuss für die Entwicklung von Handy-Apps der bayerischen Heilbäder und Kurorte. Katja Hessel, Staatssekretärin im Bayerischen Wirtschaftsministerium, übergibt offiziell den Förderbescheid in Höhe von 270.000 € an den Bayerischen Heilbäder-Verband. „Mit dem neuen Service- und Marketinginstrument bleiben sie am Puls der Zeit. Der Gast will heute mehr und mehr auch unterwegs Informationen über das Internet abrufen können“, so Katja Hessel. Die Förderquote beträgt 85 Prozent. Der Eigenanteil der Heilbäder und Kurorte liegt bei 15 Prozent.

(Foto: Bayerisches Wirtschaftsministerium)



### Verstärkte Kooperation

Der Bayerische Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern und der Bayerische Heilbäder-Verband werden zukünftig bei der inhaltlichen Besetzung tourismuspolitischer Themenfelder noch enger zusammenarbeiten. Dies ist das Ergebnis eines Gespräches zwischen Präsident Ulrich N. Brandl und Vorsitzenden Klaus Holetschek. Beide Verbände haben das Ziel, die Leitökonomie Tourismus in Bayern weiter zu stärken. Heilbäder und Kurorte sowie Hotellerie und Gastronomie bieten Arbeits- und Ausbildungsplätze vor allem auch in strukturschwachen Gebieten Bayerns und stützen somit den ländlichen Raum.

(Foto: Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern)



## Klausurtagung in Berlin

### Bayerns Heilbäder und Kurorte erhalten Unterstützung aus Berlin

Bei Gesprächen im Februar 2010 sicherten Bundesgesundheitsminister Dr. Philipp Rösler und sein Staatssekretär Daniel Bahr (beide FDP) dem Vorstand des Bayerischen Heilbäder-Verbandes zu, die Kurorte als Gesundheitskompetenzzentren des 21. Jahrhunderts fest im deutschen Gesundheitssystem zu verankern. „Die Signale unseres Besuchs in Berlin sind sehr positiv“, sagte Präsident Klaus Holetschek.

Mit ihrem Besuch beim Bundesminister und seinem parlamentarischen Staatssekretär wollten die bayerischen Heilbäder und Kurorte ihr Gewicht als wichtige Säule der Gesundheitswirtschaft in Deutschland untermauern. Bayerns Heilbäder und Kurorte zählen jedes Jahr rund 25 Millionen Übernachtungen und erzielen einen Jahresumsatz von rund 3,7 Milliarden Euro.

Konkret sagte Staatssekretär Bahr den Vertretern der bayerischen Heilbäder und Kurorte zu, sich für die Beibehaltung der wohnortfernen Prävention als gesetzliche Leistung der Krankenkassen einzusetzen. Der Hintergrund: Präventionskurse sind für viele Versicherte ohne feste Arbeitszeiten wie Schichtarbeiter oder medizinisches Personal meist die einzige Möglichkeit, aktiv etwas für die Gesundheitsvorsorge zu tun. Deshalb bezuschussen die Krankenkassen solche wohnortfernen Gesundheitsprogramme ebenso wie das Gesundheitstraining am Wohnort nach Feierabend. Zuletzt hatten einzelne Krankenkassen die finanzielle Unterstützung dieser Gesundheitsprogramme in Frage gestellt. „Dabei ist wissenschaftlich erwiesen, dass ein Euro Ausgaben für Prävention den Krankenkassen später drei Euro Ausgaben für die Krankheitsbehandlung sparen hilft“, meinte Geschäftsführer Rudolf Weinberger.

Die bayerischen Heilbäder und Kurorte wollen auch in Zukunft auf ihre nachweislich qualitätsgesicherten Präventionsangebote setzen. „Einen Urlaub auf Krankenschein darf es auch weiterhin nicht geben“, so Präsident Holetschek.

Gesundheitsminister Rösler und sein Staatssekretär bekräftigten den im Koalitionspapier festgeschriebenen Willen, die Prävention zu stärken und wollen dabei auch auf die Kompetenz der Heilbäder und Kurorte setzen.

Auch die ambulante Vorsorgekur soll nach Meinung der Ministeriumsspitze fester Bestandteil des Leistungskatalogs der deutschen Krankenkassen bleiben. Auch das ist ein wichtiges Signal für die Heilbäder und Kurorte: Zuletzt wurden trotz steigenden Bedarfs durch die Überalterung der Gesellschaft die Genehmigungsfilter für ambulante Vorsorgekuren immer dichter. So hat der Medizinische Dienst, ein kasseneigener Begutachtungsservice, 2008 nach eigenen Angaben mehr als die Hälfte der vorgelegten Anträge für ambulante Vorsorgekuren abgelehnt. Die Folge: Bei vielen Krankenkassen gingen die Ausgaben für die ambulanten Vorsorgekuren nochmals zurück. „Diese Tatsache verwundert umso mehr, weil man heute weiß, dass die verstärkte Einbindung der ganzheitlich ausgerichteten ambulanten Vorsorgekuren bei den Gesundheitsausgaben dreistellige Millionenbeträge sparen ließe“, sagte Alois Brundobler, Vizepräsident des Bayerischen Heilbäder-Verbandes. Er verwies auf wissenschaftliche Studien, wonach bei Patienten die Behandlungskosten im Jahr nach der Kurmaßnahme um rund 62 Prozent und die Krankenschreibungen in den fünf Jahren nach der Kur um rund 60 Prozent zurückgehen.

(Fotos: Deutscher Heilbäderverband)



Die Delegation in der Bayerischen Landesvertretung in Berlin und...



... mit Bundesminister Dr. Philipp Rösler im Deutschen Bundestag



... mit Staatssekretär Daniel Bahr im Bundesministerium für Gesundheit



... mit Bundesministerin Ilse Aigner im Deutschen Bundestag

## Bad Endorfer Tage 2010

### Programm

---

#### Donnerstag, 18. März 2010

- 14:00 Uhr Mitgliederversammlung  
18:00 Uhr Fackelwanderung mit Abendessen und Schützenmeisterschaft

#### Freitag, 19. März 2010

- 09:30 Uhr Frühjahrsseminar „Innovationen für Heilbäder und Kurorte“  
  
Innovativer Gesundheitstourismus in Deutschland  
Claudia Gilles, Hauptgeschäftsführerin des Deutschen Tourismusverbandes  
  
Das deutsch-deutsche Geheimnis  
Mit der Werteentwicklung in Ost und West zum gesamtdeutschen Markenerfolg  
Alexander Mackat, Geschäftsführer der Berliner Werbeagentur Fritzsch & Mackat
- 13:30 Uhr Seminar zur Kurortmedizin

### Bericht

---

Im Rahmen des 27. Bad Endorfer Frühjahrsseminars stellte Claudia Gilles, Hauptgeschäftsführerin des Deutschen Tourismusverbandes, das Projekt „Innovativer Gesundheitstourismus in Deutschland“ vor. Ziel des Projektes ist es, Markttrends, Ideen und Innovationen im Gesundheitstourismus herauszuarbeiten und zu kommunizieren. Dabei werden Best-Practice-Beispiele gesucht, die Anregung zur Nachahmung finden sollen. Die Analyse im Markt befindlicher Beispiele wird ergänzt durch die Berücksichtigung von innovativen Ansätzen und den „Blick ins Labor“, um auch zukünftige Entwicklungen verfolgen zu können. Erste Projektergebnisse werden auf regionalen Zukunftskonferenzen vorgestellt. Die zentrale Abschlussveranstaltung, geplant am 14. April 2011, soll sämtliche Ergebnisse bündeln und diese der breiten Fachöffentlichkeit vorstellen.

Alexander Mackat, Geschäftsführer einer Berliner Werbeagentur, hat in einer Ost-West-Markenstudie untersucht, wie Marken in Ost- und Westdeutschland gleichermaßen erfolgreich sein können und damit das deutsch-deutsche Geheimnis gelüftet: in jedem Wessi steckt ein Ossi! Die westdeutsche Gesellschaft orientiert sich zunehmend an ostdeutschen Tugenden, einem Mix aus modernen und traditionellen Werten. Werbung sollte sich deshalb an modernen Lebensvorstellungen orientieren, darf aber traditionelle Einstellungen nicht vernachlässigen. Eigenschaften wie ich-bezogen und gemeinwohlorientiert, freiheitsliebend und pflichtbewusst, abenteuerlustig und sicherheitsbedürftig, spaßig und ernst müssen in Balance gebracht werden. Marken können so ihren Erfolg in Ost und West auf- und ausbauen - mit Werbung, die in ganz Deutschland gut ankommt.

Das Seminar zur Kurortmedizin stand unter dem Motto „60 Jahre Kurortmedizin in bayerischen Heilbädern und Kurorten“. In der Mitgliederversammlung wurde unter anderem über die zukünftige Positionierung der bayerischen Heilbäder und Kurorte diskutiert.

Traditionell fand am Abend eine Fackelwanderung statt. Schützenmeister wurde Tilmann Kaiser aus Bad Abbach.

(Foto: Hötzelsperger)



Claudia Gilles, Deutscher Tourismusverband

## 64. Bayerischer Heilbädertag in Bad Griesbach

### Programm

---

#### Montag, 18. Oktober 2010

- 13:00 Uhr            Öffentliche Mitgliederversammlung
- Begrüßung:            Vorsitzender Klaus Holetschek
- Grußworte:            Bürgermeister Jürgen Fundke  
Landrat Franz Meyer
- Festrede:              Annette Widmann-Mauz, MdB  
Parlamentarische Staatssekretärin im Bundesministerium für Gesundheit
- Vorträge:              Präsentation der Arbeit und Projekte des Deutschen Heilbäderverbandes  
Markus Schneid, Geschäftsführer
- 20-Minuten-Programm: Life Kinetik  
Horst Lutz, Autor und Entwickler von Life Kinetik
- Präsentation der Studie zur medizinischen Qualität von Gesundheitsförderung  
und Sekundärprävention in den bayerischen Heilbädern und Kurorten  
Prof. Dr. Dr. Angela Schuh, Institut für Gesundheits- und Rehabilitationswissenschaften
- Präsentation „Runder Tisch der Bayerischen Gesundheitsregionen“  
Alexandra Graf, Graf Marketing
- 18:30 Uhr            Abendveranstaltung „Im Brauhaus“

#### Dienstag, 19. Oktober 2010

- 09:00 Uhr            Nichtöffentliche Mitgliederversammlung
- 13:00 Uhr            Führung durch die Wohlfühl-Therme Bad Griesbach

#### An beiden Tagen

Ausstellung mit Kooperationspartnern und Unternehmen aus der Region:

Dr. Holiday AG  
Innstolz Frischdienst  
Gräflicher Mineralbrunnen Arco Valley GmbH  
Erhard Sport International  
Dr. Niedermaier Pharma GmbH  
Life Kinetik

## 64. Bayerischer Heilbädertag in Bad Griesbach

### Bericht

Beim 64. Bayerischen Heilbädertag in Bad Griesbach betonte Annette Widmann-Mauz, Parlamentarische Staatssekretärin im Bundesministerium für Gesundheit, in ihrer Festrede die Bedeutung der Kur für die Gesellschaft, setzte sich jedoch auch kritisch mit zu hohen Erwartungen an die Politik auseinander. Neben der enormen volkswirtschaftlichen Bedeutung der Kur zur Sicherung von Arbeitsplätzen und Kulturangeboten komme ihr vor allem vor dem Hintergrund der demographischen Entwicklung in Deutschland eine besondere Rolle im Rahmen von Prävention und Rehabilitation zu, stellte Widmann-Mauz klar. „Gesundheitsförderung ist unabdingbar für ein gesundes Altern der Menschen, wir müssen deswegen in unserer Gesellschaft eine Kultur des gesunden Lebensstils etablieren.“ Heilbäder und Kurorte seien aufgrund der hohen Qualitätsstandards und umfassenden Expertise besonders dafür prädestiniert, eine effektive Gesundheitsförderung zu gewährleisten und das Gesundheitsbewusstsein jedes Einzelnen zu stärken.

Annette Widmann-Mauz warnte jedoch vor zu hohen Erwartungen an die Politik. Sie stellte fest, dass die Politiker „immer zwischen den Fronten von Anspruch und Wirklichkeit stehen, zwischen einer wünschenswerten Erhöhung von Kuraufenthalt und den realen Verhältnissen bei der Kurbewilligung.“ Vorsitzender Klaus Holetschek hatte zuvor die mangelnden Auskünfte der Krankenkassen hinsichtlich bewilligter Kuren angeprangert. „Ein Kurantrag darf zudem keinen bürokratischen Hürdenlauf für den Patienten darstellen“, so Holetschek weiter. Seiner Meinung nach müsste die Politik hier bei aller Selbstbestimmtheit der Krankenkassen zu Gunsten der Patienten nachhaltig und drastisch

gegen die bestehende Praxis der Kassen bei Kurbeantragungen vorgehen.

Holetschek machte darüber hinaus auch deutlich, dass sich die Heilbäder und Kurorte mehr von der Politik erhoffen als nur gute Worte. Der Bayerische Heilbäder-Verband erwarte „konkrete Taten und nicht nur leere Worthülsen“. Ständig werde die Wichtigkeit von Präventions- und Rehabilitationsleistungen betont, allerdings bleiben konkrete wirksame Initiativen und Impulse aus. Er machte deutlich, dass auch die Krankenkassen selbst maßgeblich Verantwortung für die prekäre Situation der sinkenden Anzahl von Präventionsmaßnahmen tragen. Leistungen werden komplett gestrichen oder auf ein Minimum reduziert. Die Schere gehe immer weiter auseinander, „zwischen einerseits den enorm hohen und kostensteigernden Qualitätsanforderungen an eine Kur und andererseits der Tatsache, dass immer weniger Leistungen der Krankenkassen bei den Patienten sowie in den Heilbädern und Kurorten ankommen“, so Holetschek weiter. Die Zahl der von den Krankenkassen geförderten ambulanten Vorsorgeleistungen ist beispielsweise von ihrem Höchstwert mit 800.000 auf rund 90.000 Kuren im Jahr 2009 gefallen.

Beim Thema Kur geht es nicht nur um die wichtige Gesundheitsförderung der alternden Gesellschaft sondern es handelt sich vielmehr um einen wesentlichen Wirtschaftsfaktor. So werden durch das Kurwesen allein in Bayern rund 100.000 Arbeitsplätze ermöglicht, die Infrastruktur vor allem im ländlichen Raum gefördert, die Kulturlandschaft bereichert und die Natur nachhaltig geschützt.

(Fotos: Gäste- & Kur Service Bad Griesbach)



Klaus Holetschek mit (v. l. n. r.) Bürgermeister Jürgen Fundke, Kurdirektor Martin Mayer und Markus Schneid vom DHV



Staatssekretärin Annette Widmann-Mauz während ihrer Festrede anlässlich der öffentlichen Mitgliederversammlung



Die Vertreter der Heilbäder und Kurorte nahmen zahlreich am 64. Bayerischen Heilbädertag in Bad Griesbach teil.



Wolfgang Hinterdobler (l.) und Kurdirektor Martin Mayer (r.) sorgten abends mit „Rosi geht auf Kur“ für gute Unterhaltung.

## 10 Thesen zur Gesundheitswirtschaft

### Ein Beitrag des Bayerischen Heilbäder-Verbandes zur Bewahrung und Wiederherstellung der Gesundheit

---

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 Millionen Euro - das entspricht einem Anteil von 10,5 Prozent des Bruttoinlandproduktes. 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 hat. Jedoch wurde die politische Förderung der Gesundheitswirtschaft in Bayern lange vernachlässigt. Auch Eigeninitiativen der Gesundheitswirtschaft selbst sind rar. Die Akteure der Gesundheitswirtschaft müssen zusammen mit der Politik nun endlich konkrete Schritte für eine energische Förderung der Gesundheitswirtschaft einleiten.

Der Bayerische Heilbäder-Verband als Vertreter der bayerischen Heilbäder und Kurorte sowie deren Einrichtungen deckt verschiedene Bereiche des zweiten Gesundheitsmarktes ab. Dazu gehören originär das Kur- und Bäderwesen, aber auch Bereiche wie Gesundheitstourismus, Wellness, Gesunde Ernährung, Sport und Freizeit. Zudem sind auch das Gesundheitshandwerk, die Beratung, Selbsthilfe, der Handel mit Medizinprodukten sowie die pharmazeutische Industrie Branchen, die das Kur- und Bäderwesen berühren. Ein Hauptziel des Bayerischen Heilbäder-Verbandes ist die Förderung der Gesundheit durch qualifizierte Kuren, Rehabilitationsmaßnahmen und gesundheitsbetonte Urlaubsprogramme. Der Verband engagiert sich außerdem dafür, dass die ortsgebundenen Heilmittel Qualitätspfeiler des Gesundheitsangebotes bleiben. Nicht zuletzt ist der Bayerische Heilbäder-Verband Kompetensträger für sanfte Kurortmedizin. Ganz konkret sieht der Bayerische Heilbäder-Verband die Notwendigkeit, die Gesundheitswirtschaft zu vernetzen und möchte diesen so wichtigen Bereich der Wirtschaft und Gesellschaft strukturieren. Als konkreten Schritt hin zu einer zukunftsfähigen bayerischen Gesundheitswirtschaft sollen die nachfolgend aufgeführten Thesen erste Anreize zu einer Auseinandersetzung geben:

#### 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. „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, das heißt eine gemeinsame Marketingstrategie aller Beteiligten, die den Freistaat als exzellenten Partner für Produkte und Dienstleistungen der Gesundheitswirtschaft bewirbt.

## 10 Thesen zur Gesundheitswirtschaft

### 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.

### 4. Der 6. Kondratieff! 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.

### 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 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 Nottfälle. 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.

### 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.

## 10 Thesen zur Gesundheitswirtschaft

### 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.

### 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 zum Beispiel Kurmedizin, Naturheilverfahren und deren Vernetzung untereinander und mit der Praxis ist notwendig, um Gesundheitswissenschaft und -wirtschaft im Freistaat voranzutreiben.

### 9. Die Gesundheitswirtschaft stärkt den ländlichen Raum!

*Die unterschiedlichen Beteiligten der Gesundheitswirtschaft wie Handwerk, Kliniken, Tourismuseinrichtungen und andere 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 spezielle Imagebildung, die das Land als optimale Umgebung für Pflege und Wiederherstellung der Gesundheit darstellt.

### 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 zuständigen Ministerien an der Spitze.

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 entwickelt. Sie sollen dazu beitragen, die bayerische Gesundheitswirtschaft weiter zu stärken - mit bewährten, aber auch mit neuen Ansätzen, die der Bayerische Heilbäder-Verband mit seinem Fachwissen im Hintergrund in die Diskussion einbringt. Der Verband hofft auf einen regen Austausch zu diesen Thesen und auf eine positive Entwicklung der bayerischen Gesundheitswirtschaft.

## Delegierte und Ausschussmitglieder im Deutschen Heilbäderverband

Adresse: Deutscher Heilbäderverband  
Reinhardtstr. 46  
10117 Berlin  
Tel. 030/246 369 2-12  
Fax 030/246 369 2-29  
info@dhv-berlin.de  
www.deutscher-heilbaederverband.de



Präsident: Parlamentarischer Staatssekretär Dr. Gerd Müller, MdB  
Geschäftsführer: Markus Schneid  
Mitarbeiter: Jana Rahmfeld, Assistentin der Geschäftsführung (bis September 2010)  
Anne Trunschke, Assistentin der Geschäftsführung (ab Oktober 2010)  
Kathi Mende, Referentin für Öffentlichkeitsarbeit  
Jan-Peter Ramdohr, Referent für Grundsatzangelegenheiten  
Renate Salz, Buchhaltung und Personal

Delegierte: Hubert Seewald, Bad Windsheim (Vertretung: Gabriella Squarra, Bad Reichenhall)  
Klaus Pelikan, Bad Tölz (Vertretung: Ulrich Glodowski, Bad Heilbrunn)  
Ottmar Lang, Bad Steben (Vertretung: Georg Overs, Tegernsee)  
Maximilian Hillmeier, Bad Hindelang (Vertretung: Bianca Keybach, Oberstaufen)  
Walter Grath, Oberstaufen (Vertretung: Gerald Tretter, Bad Kohlgrub)  
Sepp Höfer, Bad Feilnbach (Vertretung: Josef Aß, Bad Endorf)  
Alexander von Hohenegg, Bad Wörishofen (Vertretung: Gunter Sauer, Bad Kissingen)  
Martin Mayer, Bad Griesbach (Vertretung: Thomas Beck, Bad Bocklet)  
Werner Angermüller, Bad Königshofen (Vertretung: Tilmann Kaiser, Bad Abbach)  
Andrea Schallenkammer, Bad Brückenau (Vertretung: Titus Tesar, Bad Brückenau)  
Rudolf Weinberger, Bad Füssing (Vertretung: Sepp Barth, Bad Kötzing)  
Thomas Jahn, Bad Aibling (Vertretung: Gabriele Postner, Bad Bayersoien)

Ausschüsse: Ausschuss für Begriffsbestimmungen und Prädikatisierung  
Maximilian Hillmeier, Bad Hindelang (Vertretung: Werner Angermüller, Bad Königshofen)

Ausschuss für Finanzen, Wirtschaft und Strukturen  
Sepp Höfer, Bad Feilnbach (Vertretung: Sepp Barth, Bad Kötzing)

Ausschuss für Sozialrecht  
Karl Zettl sen., Bad Gögging (Vertretung: Karl Zettl jun., Bad Gögging)

Ausschuss für Wissenschaft, Forschung und Entwicklung  
Professor Jürgen Kleinschmidt, München (Vertretung: Gabriella Squarra, Bad Reichenhall)

Ausschuss für Europaangelegenheiten  
Gunter Sauer, Bad Kissingen (Vertretung: Gabriele Postner, Bad Bayersoien)

Ausschuss für PR und Kommunikation  
Andrea Schallenkammer, Bad Brückenau (Vertretung: Thomas Jahn, Bad Aibling)

## Aus dem Deutschen Heilbäderverband

### Kooperationsvereinbarung mit der Deutschen Zentrale für Tourismus

Der Deutsche Heilbäderverband und die Deutsche Zentrale für Tourismus haben im Rahmen der Internationalen Tourismusbörse Berlin eine Kooperationsvereinbarung geschlossen. Beide Verbände werden ihre Partnerschaft intensivieren, Marketingaktivitäten bündeln und sich im Bereich Marktforschung verstärkt austauschen. Für das Themenjahr 2011 werden folgende bayerischen Leitkurorte ausgewählt: Berchtesgaden, Bad Füssing, Garmisch-Partenkirchen, Bad Griesbach, Bad Hindelang, Bad Kissingen, Oberstaufen, Oberstdorf, Bad Reichenhall, Bad Tölz, Bad Wiessee und Bad Wörishofen.

(Foto: Deutscher Heilbäderverband)



### Erstes Parlamentarisches Gesundheitsfrühstück im Bundestag in Berlin

Mehr als 60 Abgeordnete und Ausschussmitglieder folgen der Einladung zum ersten parlamentarischen Gesundheitsfrühstück „Gesund & Fit in den Tag“ im Deutschen Bundestag, das vom Deutschen Heilbäderverband in Kooperation mit dem Kneipp-Bund organisiert wird. Die Präsidenten der beiden führenden Verbände unterstreichen in ihren Reden die Bedeutung der Prävention als gesamtgesellschaftliche Aufgabe.

### 8. Deutscher Walking-Tag in Heilbädern und Kurorten

Am 8. Deutschen Walking-Tag in Heilbädern und Kurorten beteiligen sich deutschlandweit mehr als 3.500 Teilnehmer. Die Bundesauftaktveranstaltung findet in Füssen-Hopfen am See statt und steht unter dem Motto „Walk on water“. Eine eigens für diese Veranstaltung installierte Wasserbrücke ermöglicht es den Teilnehmern, über den Hopfensee zu gehen. Der Deutsche Walking-Tag ist eine gemeinsame Aktion des Deutschen Heilbäderverbandes und der Barmer Ersatzkasse im Rahmen der Gesundheitsinitiative „Deutschland bewegt sich!“.

(Foto: Deutscher Heilbäderverband)



### Politische Lobbyarbeit

Das ganze Jahr über führen Präsident Dr. Gerd Müller und Geschäftsführer Markus Schneid zahlreiche Gespräche mit politischen Entscheidungsträgern, darunter beispielsweise auch Ernst Burgbacher, Parlamentarischer Staatssekretär im Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie und Beauftragter der Bundesregierung für Mittelstand und Tourismus. Hinzu kommen ein Gespräch mit Gernot Kiefer, Vorstand des GKV-Spitzenverbandes, am 7. September 2010, die Teilnahme an der öffentlichen Anhörung vor dem Tourismus-Ausschuss des Deutschen Bundestages am 1. Dezember 2010 und ein Termin mit Professor Dr. med. Jörg-Dietrich Hoppe, Präsident der Bundesärztekammer, zum Thema „Weiterbildungsordnung“ am 16. Dezember 2010. Das Präsidium des Deutschen Heilbäderverbandes ist am 16. Juni 2010 bei Bundesgesundheitsminister Dr. Philipp Rösler zu Gast.

(Foto: Deutscher Heilbäderverband)



## Kampagne „Die neue Kur in Deutschland“

### All you need is Kur! Gesund bleiben, Prävention fördern - Die neue Kur in Deutschland

Eine deutschlandweite, einfache, einprägsame Medienkampagne, so das klar formulierte Ziel der Ausschreibung der Imagekampagne für die Kur in Deutschland. Das Image der Kur soll modern, zeitgemäß und dynamisch (hipp) dargestellt werden - passend zu dem Wandel der Kurorte und Heilbäder mit dem Ziel neue Zielgruppen anzusprechen.

26 Agenturen beteiligten sich an der Ausschreibung des Deutschen Heilbäderverbandes. Mitte Juni 2010 wurde von den Mitgliedern des Ausschusses für PR und Kommunikation eine Vorauswahl getroffen. Am meisten überzeugte am Ende die Strategie von Salzkommunikation Berlin. Als klare Kommunikationsziele sieht Salzkommunikation: das Image entstauben, neue Zielgruppen erreichen und „Die Kur“ als Qualitätsmerkmal etablieren.



Aufgrund der vielfältigen Kurangebote, die nicht zwangsläufig zu einer Produktfamilie gehören, sondern eigenständige Angebote und Marken sind, ist eine klassische Dachmarkenkampagne für „Die Kur“ ungeeignet. Deshalb wird „Die Kur“ als Ingredient Brand, als qualitätsversprechende Marke eingesetzt: „Die Kur“ wird positiv besetzt und durch verschiedene eigenständige Produkte ergänzt. Dies verleiht den Heilbädern und Kurorten und deren Angeboten Sicherheit und Vertrauen. Bekannte Ingredient Brands sind beispielsweise „Intel inside“ und „GoreTex“.

Der Ansatz der Kampagne ist ein selbstironisches Spiel mit dem angestaubten Image der Kur. Die Headlines werden im Kopf bleiben - bekannte musikalische Zitate preisen die schönsten Seiten einer Kur an. Es werden Bildmotive gewählt, die mit Kur assoziiert werden. Ein Augenzwinkern vermittelt Stärke und Souveränität. Dadurch wird ein hoher Aufmerksamkeits- und Sympathiewert erzielt.

Der Startschuss für die Imagekampagne fiel beim 106. Deutschen Heilbädertag am 9. Oktober 2010 auf Usedom. Weitere Informationen gibt es unter [www.die-neue-kur.de](http://www.die-neue-kur.de).



## Haushaltsrechnung 2010

### Bayerischer Heilbäder-Verband

<b>Einnahmen*</b>	<b>Ansatz 2010</b>	<b>Ergebnis 2010</b>
Mitgliedsbeiträge Kommunen	394.000 €	394.770 €
Mitgliedsbeiträge Betriebe	15.000 €	14.305 €
Seminargebühren Frühjahrstagung Bad Endorf	3.500 €	5.000 €
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	500 €	1.754 €
<b>Gesamt</b>	<b>413.000 €</b>	<b>416.882 €</b>

<b>Ausgaben*</b>	<b>Ansatz 2010</b>	<b>Ergebnis 2010</b>
Vermögenserwerb/Abschreibung	1.000 €	1.319 €
Geldverkehr/Gebühren Banken	100 €	75 €
Personalkosten	55.000 €	43.890 €
Geschäftsbedürfnisse/Bürobedarf	10.000 €	5.820 €
Mieten/Raumkosten	2.000 €	1.785 €
Internet	1.000 €	1.043 €
Portokosten	5.000 €	4.020 €
Reisekosten Vorstandschaft	9.000 €	14.566 €
Reisekosten Marketingausschuss	400 €	479 €
Fahrzeugkosten	3.000 €	2.703 €
Bayerischer Heilbädertag	1.000 €	2.111 €
Reisekosten Deutscher Bädertag	5.000 €	7.433 €
Beitrag Deutscher Heilbäderverband	145.000 €	142.322 €
Versicherungen/Beiträge	8.000 €	1.272 €
Werbekosten		8.678 €
Marketingkosten by.TM	120.000 €	119.000 €
Marketing Deutscher Heilbäderverband		15.000 €
PR-Kosten Concilius		17.777 €
Seminarkosten Frühjahrstagung Bad Endorf	3.500 €	6.733 €
Seminar zur Kurortmedizin	5.000 €	
Steuerberatung		1.492 €
Sonstige Kosten		492 €
Sonstiges	39.000 €	
<b>Gesamt</b>	<b>413.000 €</b>	<b>398.010 €</b>

Aus der Einnahmen-Ausgaben-Rechnung ergibt sich ein **Jahresüberschuss** in Höhe von **18.872 €**.

\* Die durchlaufenden Gelder (Landeswerbeplan und 25 Prozent Eigenbeteiligung des Bayerischen Heilbäder-Verbandes sowie Sondermittel) sind in der Haushaltsrechnung nicht enthalten.

## Bilanz zum 31. Dezember 2010

### Bayerischer Heilbäder-Verband

---

#### AKTIVA

##### A. Anlagevermögen

###### I. Sachanlagen

<b>1. andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung</b>		5.165,00 €
Betriebs- und Geschäftsausstattung	5.164,00 €	
PKW	1,00 €	

###### II. Finanzanlagen

<b>1. Beteiligungen</b>		83.600,00 €
-------------------------	--	-------------

##### B. Umlaufvermögen

<b>I. Kassenbestand, Bundesbankguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks</b>		394.472,05 €
--	--	--------------

VB-RB 2613000 Girokonto	1.779,39 €	
VB-RB Festgeld	30.000,00 €	
SPK 349357 Girokonto	5.888,02 €	
SPK Tagesgeld	20.089,48 €	
VB-RB Wachstumssparer	23.760,80 €	
SPK Anlage	45.054,36 €	
SPK Anlage	267.900,00 €	

<b>Summe</b>		<b>483.237,05 €</b>
--------------	--	---------------------

#### PASSIVA

##### A. Eigenkapital

<b>I. Rücklagen</b>		64.862,05 €
Gewinnrücklage	42.362,61 €	
Sonstige Rücklagen	22.499,44 €	

<b>II. Gewinnvortrag</b>		131.602,90 €
Gewinnvortrag vor Verwendung		

<b>III. Jahresüberschuss</b>		18.872,10 €
------------------------------	--	-------------

##### B. Verbindlichkeiten

<b>1. sonstige Verbindlichkeiten</b>		267.900,00 €
sonstige Verbindlichkeiten Apps		

<b>Summe</b>		<b>483.237,05 €</b>
--------------	--	---------------------

# Rechnungsprüfung für das Geschäftsjahr 2010

## Bayerischer Heilbäder-Verband

---

Die Rechnungsprüfung für das Geschäftsjahr 2010 fand am 6. Juli 2011 in Bad Füssing statt. Die vollständigen Prüfungsunterlagen wurden von Schatzmeister Sepp Höfer bereit gestellt und im Bedarfsfall umfassend erläutert.

### Jahresabschluss 2010

- Bilanz
- Gewinn- und Verlustrechnung
- Sachkonten
- Bankauszüge
- Buchungsbelege

Das Kassenwesen (DATEV-System) wurde von der Steuerkanzlei Freiheit in Bad Feilnbach geprüft und ausgewertet.

### Gewinn- und Verlustrechnung

Die Gewinn- und Verlustrechnung mit den entsprechenden Sachkonten vom 1. Januar bis 31. Dezember 2010 wurde stichprobenweise geprüft. Die Bücher sind ordentlich geführt. Die Belege sind geordnet und leicht auffindbar abgelegt. Abweichungen ergaben sich nicht.

Die Gewinn- und Verlustrechnung 2010 führt zu einem Jahresüberschuss in Höhe von 18.872,10 €.

### Feststellungen zu den Einnahme-Positionen

Die Zahlungsmoral der Mitglieder ist wieder lobenswert. Die Fördermittel des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie konnten kassenrechtlich erst 2011 verausgabt werden.

### Feststellungen zu den Ausgabe-Positionen

Bei den Reisekosten für die verschiedenen Gremien wurde der Kostenansatz zum Teil weit überschritten. Der Bayerische Heilbäder-Verband ist Gesellschafter der Bayern Tourismus Marketing GmbH. Der Bayerische Heilbäder-Verband unterhält folgende Mitgliedschaften: Health-Care Bayern e. V., Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr (dwif) und Landeszentrale für Gesundheit (LZG).

### Ergebnis der Rechnungsprüfung

Der Geschäftsführung sowie dem Schatzmeister des Verbandes kann bestätigt werden, dass die geprüften Geschäftsfälle ordnungsgemäß belegt, verbucht, ausreichend erläutert und sachlich geordnet abgelegt wurden. Buchführung und Belege entsprechen den gesetzlichen Vorschriften.

Bad Füssing, 6. Juli 2011



Gotthard Hierbeck, Eging am See  
Rechnungsprüfer



Tilmann Kaiser, Bad Abbach  
Rechnungsprüfer

## Messen, Reisemärkte und Ausstellungen

### Bayerischer Heilbäder-Verband mit eigenem Stand auf der „f.re.e“

Dank der Unterstützung des Bayerischen Wirtschaftsministeriums konnte sich der Bayerische Heilbäder-Verband mit einem eigenen Messestand auf der Freizeitmesse „f.re.e“ in München präsentieren. Gemeinsam mit den Wirtschaftspartnern STABY, Dr. Niedermaier Pharma, nemcomed und Erhard Sport bot der Heilbäder-Verband vom 18. bis 22. Februar 2010 in Halle A5 wertvolle Informationen zu den Themen Medical Wellness und Prävention.

Der Bayerische Heilbäder-Verband hat es sich zum Ziel gemacht, der Volkskrankheit Rückenschmerzen nachhaltig entgegen zu wirken. In Zusammenarbeit mit Fitness-Profi Johanna Fellner wurden deshalb zehn Übungen für einen gesunden Rücken entwickelt.

Im Rahmen der Freizeitmesse „f.re.e“ zeigte Johanna Fellner diese Rückenübungen auf der Showbühne des Bayerischen Rundfunks und auf der Gesundheitsbühne von Radio Arabella. Im Anschluss daran fand mit der Expertin eine Gesundheitssprechstunde am Messestand des Bayerischen Heilbäder-Verbandes statt. Schauspielerin Alexandra Kamp besuchte ebenfalls den Stand des Heilbäder-Verbandes und zeigte Übungen, die die Körperhaltung verbessern und somit Rückenproblemen vorbeugen sollen.

Auch Staatsminister Martin Zeil informierte sich ebenso wie zahlreiche Besucher über das abwechslungsreiche Angebot der bayerischen Heilbäder und Kurorte und deren Mitaussteller.

(Fotos: Messe München GmbH/Sabine Weinhardt)

Der Bayerische Heilbäder-Verband präsentierte sich außerdem noch auf folgenden Reisemärkten, Messen und Ausstellungen:

#### 9. und 10. Januar 2010

Reisemarkt Wuppertal

#### 10. bis 14. März 2010

ITB Berlin

#### 12. Juni 2010

Tag der offenen Tür in der Bayerischen Staatskanzlei

#### 23. April bis 3. Oktober 2010

Landesgartenschau Rosenheim



Der Bayerische Heilbäder-Verband präsentierte sich mit einem eigenen Stand auf der Freizeitmesse „f.re.e“



Klaus Holetschek mit Staatsminister Martin Zeil und Andrea Burkhardt, Geschäftsführerin STABY



Fitness-Profi Johanna Fellner gab Rudolf Weinberger und Klaus Holetschek Tipps für einen gesunden Rücken und...



... führte am Messestand des Bayerischen Heilbäder-Verbandes gemeinsam mit den Besuchern Rückenübungen durch

## Prospektanforderungen

### Broschüren des Bayerischen Heilbäder-Verbandes

Anfragen in der [Geschäftsstelle](#) nach Monaten:

	2010	2009	2008	2007
Januar	542	105	85	96
Februar	398	85	112	81
März	327	379	158	84
April	114	163	161	41
Mai	308	81	94	87
Juni	67	99	136	69
Juli	94	203	86	84
August	107	128	67	59
September	113	280	133	87
Oktober	124	232	253	100
November	98	149	270	116
Dezember	160	63	281	111
<b>Gesamt</b>	<b>2.452</b>	<b>1.967</b>	<b>1.836</b>	<b>1.015</b>

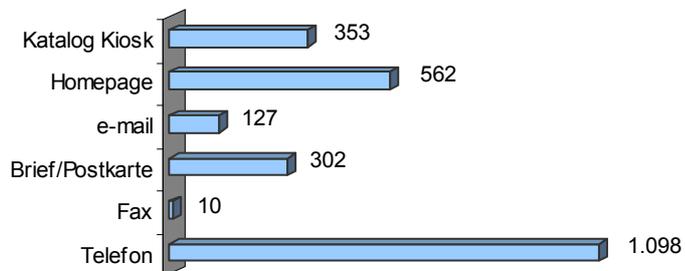


Basisbroschüre



WellVital-Präventiv-Broschüren

Art und Anzahl der Anfragen in der [Geschäftsstelle](#):



TOP 10 Rückenangebote inkl. Poster

Des Weiteren wurden über die Geschäftsstelle des Heilbäder-Verbandes mit 569 Bestellungen (Vorjahr: 602) insgesamt 4.204 Orts- und Betriebsprospekte (Vorjahr: 3.086) angefordert.

Versand an Einzelpersonen - [Bayern Tourismus Marketing GmbH](#):

3.202 Basisbroschüren  
 3.909 WellVital-Präventiv Broschüren 2009/2010  
 3.906 Rückenposter  
 1.684 WellVital-Präventiv Broschüren 2010/2011

## Werbemaßnahmen

### Direkt-Mailing

Das Direkt-Mailing wird am 28. April 2010 an rund 16.000 Adressen verschickt. In der Geschäftsstelle des Bayerischen Heilbäder-Verbandes gehen 2.012 Antwortkarten ein. Das entspricht einer Rücklaufquote von 11,9 Prozent. Insgesamt werden 2.636 Broschüren des Bayerischen Heilbäder-Verbandes angefordert.



### Charity-Walk

Der Bayerische Heilbäder-Verband unterstützt die Aktion „Charity Walk Sylt-Tegernsee“ als Sponsor. Im Gegenzug tragen die beiden Frauen, die im Mai 2010 für einen guten Zweck von Sylt nach Tegernsee walken, das Logo des Bayerischen Heilbäder-Verbandes gut sichtbar auf den Trikots. Der Erlös der Aktion geht an die Katharina-Witt-Stiftung.

### Regional-Workshops

Der Bayerische Heilbäder-Verband veranstaltet im Mai und Juni 2010 in Bad Brückenau, Bad Abbach und Bad Tölz Regional-Workshops für die Mitglieder, um die Arbeit des Verbandes, die unterschiedlichen Beteiligungsmöglichkeiten und die Kampagne WellVital-Präventiv darzustellen. In allen drei Workshops werden Vorschläge zu Zielgruppen und Werbemaßnahmen gesammelt, die zukünftig als Diskussionsgrundlage für die Marketingarbeit dienen sollen.

### Mailing an AOK und BARMER Geschäftsstellen

Im Oktober 2010 informiert der Bayerische Heilbäder-Verband alle AOK und BARMER Geschäftsstellen in Bayern über das vielfältige Angebot der Heilbäder und Kurorte. 20 Direktionen nutzen den Service und bestellen insgesamt 1.230 Broschüren für ihre Versicherten.

### Kostenloses Bildmaterial

Der Bayerische Heilbäder-Verband lässt neue Bilder zu den Themen Bewegung, Ernährung, Entspannung, Sole, Natur, Lifestyle und Wasser fotografieren. Diese können von den Mitgliedern nach Unterzeichnung der Nutzungsbedingungen kostenlos verwendet werden.

### Bayerischer Weihnachtsabend in Zürich

Der Bayerische Heilbäder-Verband beteiligt sich am 30. November 2010 in Kooperation mit der Bayern Tourismus Marketing GmbH als Exklusivpartner am Bayerischen Weihnachtsabend der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) in Zürich. Rund 100 Vertreter von Schweizer Reiseveranstaltern und Medien kommen in das Hotel Widder und informieren sich über das Angebot der bayerischen Heilbäder und Kurorte. Für den Bayerischen Heilbäder-Verband sind Klaus Holetschek, Sepp Höfer und Andrea Schallenkammer in Zürich vor Ort.

(Foto: Bayern Tourismus Marketing GmbH)



# Werbemaßnahmen

## Kampagne WellVital-Präventiv - Rein ins gesunde Leben

Seit September 2007 führt die Bayern Tourismus Marketing GmbH im Auftrag des Bayerischen Heilbäder-Verbandes und mit Unterstützung des Bayerischen Wirtschaftsministeriums die Kampagne *WellVital-Präventiv - Rein ins gesunde Leben* durch. Unter anderem werden folgende Maßnahmen umgesetzt:



### TOP 10 Rückenangebote inkl. Übungsposter für zuhause

Im Januar 2010 veröffentlicht der Bayerische Heilbäder-Verband die TOP 10 Rückenangebote Bayerns. Die ausgewählten Heilbäder und Kurorte bieten qualitätsgeprüfte Angebote bestehend aus Therapien, Anleitungen und Vorträgen, die dabei helfen, sich zukünftig Rücken schonend im Alltag zu bewegen. Ergänzt werden die Angebote durch ein Poster mit Übungen und Tipps von Fitness-Profi Johanna Fellner. Die Rückenkarte erscheint in einer Auflage von 30.000 Stück und wird durch eine E-Kampagne und verschiedene Advertorials beworben.

### Online-Kampagne in Kooperation mit der Werbeagentur Wesemann

Von Februar bis Mai 2010 führt der Bayerische Heilbäder-Verband in Kooperation mit der Werbeagentur Wesemann eine Online-Kampagne inkl. eigener Landingpage und Katalogbestellmöglichkeit durch. Die Kampagne wird durch Text-teaser, Newsletterinträge und Advertorials beworben. Im Aktionszeitraum werden insgesamt 28.536 Zugriffe auf die Landingpage, 11.389 Klicks sowie 1.752 Katalogbestellungen gezählt.

### Gemeinschaftswerbung in der Apotheken-Umschau

In der Zeitschrift *Apotheken Umschau* erscheint am 15. Februar 2010 eine Gemeinschaftswerbung der bayerischen Heilbäder und Kurorte. 20 Mitgliedsorte und -betriebe beteiligen sich mit Kataloganzeigen an dieser Aktion. Auch die Basisbroschüre, die Angebotsbroschüre WellVital-Präventiv und die TOP 10 Rückenangebote Bayerns können per Coupon-Service angefordert werden. Die Auflage der Zeitschrift beträgt 4,3 Millionen Exemplare.

Per Coupon-Service und in der Geschäftsstelle des Bayerischen Heilbäder-Verbandes werden insgesamt 6.608 Broschüren bestellt, darunter auch 903 Basisbroschüren, 353 Angebotsbroschüren WellVital-Präventiv und 316 Rückenposter.

**EXTRA** Bayerns Heilbäder und Kurorte

**Rein ins gesunde Leben**

Genuss bleiben mit WellVital-Präventiv – Bayerische Bäderbuchlandschaften, kostbare Heilkräfte der Natur und eine Atmosphäre des Aufgehobenseins in erfahrenen Händen

Kommen Sie nach Bayern und lassen Sie durch Freuen Sie sich auf ein unerschöpfliches Gesundheits-erlebnis inmitten traumhafter Land-schaften. Genießen Sie das gesunde Klima, die herrliche Heilkräfte und ein vielfältiges Angebot für Ihr ganz persönliches Wohlbefinden. Ganz gleich, ob Kur, Reha, Präventiv, Medical Wellness oder einfach nur gesundes Entspannen: in Bayerns Heilbädern und Kurorten stellt sich alles um Ihre nachhaltige Erholung. Mit WellVital-Präventiv bieten Bayerns Heilbäder und Kurorte qualitäts-geprüfte Präventionsangebote zu den Themen Bewegung, Ernährung und Entspannung, die Ihnen dabei helfen beiausgleich, entspannen und fit zu bleiben. Für alle, die jetzt gezielt etwas für Ihren Rücken tun wollen, gibt es jetzt das WellVital-Präventiv-Rückenposter. Dort finden sich die Top 10 Rückenangebote für gesunden Urlaub in Bayern kombiniert mit den 10 besten Rückenübungen für zuhause – präsentiert von Fitness-Profi Johanna Fellner.

Aber: Nichts wie rein ins gesunde Leben, die Bayerischen Gesundheits-profi freuen sich auf Sie.

Bayerns Heilbäder und Kurorte

Bayern

weilvital-praeventiv

Weitere Informationen: [www.rein-ins-gesunde-leben.de](http://www.rein-ins-gesunde-leben.de)

**Rundum gesunder Urlaub**

1. Erholung 100% Natur  
2. Meer & Meer - Erholung für 100% gesunde Menschen  
3. Wellness & Spa  
4. Wellness & Spa  
5. Wellness & Spa  
6. Wellness & Spa  
7. Wellness & Spa  
8. Wellness & Spa  
9. Wellness & Spa  
10. Wellness & Spa  
11. Wellness & Spa  
12. Wellness & Spa  
13. Wellness & Spa  
14. Wellness & Spa  
15. Wellness & Spa  
16. Wellness & Spa  
17. Wellness & Spa  
18. Wellness & Spa  
19. Wellness & Spa  
20. Wellness & Spa  
21. Wellness & Spa

Bayrischer Heilbäder-Verband e.V.  
Rathausstraße 4-6, 80339 Bad Füssing  
Tel.: 091 93791309 • [info@bavaria-bayern.de](mailto:info@bavaria-bayern.de)

Ihr Katalog-Gutschein	
1	2
3	4
5	6
7	8
9	10
11	12
13	14
15	16
17	18
19	20
21	22
23	24

Abkürzung nicht angegeben

## Werbemaßnahmen

### Apotheken-Kurier

In der Februar-Ausgabe der Zeitschrift *Apotheken-Kurier* erscheint ein zweiseitiger Artikel über WellVital-Präventiv inklusive Gewinnspiel und Response-Element zur Katalogbestellung. Die Auflage beträgt 327.000 Exemplare. Rund 1,5 Millionen Leserkontakte werden erreicht. An dem Gewinnspiel beteiligen sich 1.350 Personen.

### Urlaub für Unternehmer

Das Magazin *Urlaub für Unternehmer* veröffentlicht im März, September und Dezember 2010 einen vierseitigen Beitrag über die bayerischen Heilbäder und Kurorte. Die Auflage des Magazins, dessen Zielgruppen Selbständige und Unternehmer sind, beträgt je 20.000 Exemplare. Pro Ausgabe beteiligen sich drei Mitgliedsorte. Im Juni 2010 erscheint zudem das Sonderheft *Gesundheit für Unternehmer* des Bayerischen Heilbäder-Verbandes mit insgesamt 24 Seiten.



### Süddeutsche Zeitung wohl fühlen

Im März und Oktober 2010 erscheint im *wohl fühlen* Magazin der *Süddeutschen Zeitung* eine Strecke zu WellVital-Präventiv, die sowohl allgemeine Informationen zur Kampagne als auch Anzeigen einzelner Mitgliedsorte enthält. Die Auflage liegt jeweils bei 450.000 Stück.

### Abendzeitung

Am 19. April 2010 veröffentlicht die *Abendzeitung* zum Auftakt der Präventionswoche einen allgemeinen Bericht über die Kampagne WellVital-Präventiv des Bayerischen Heilbäder-Verbandes. Bis 24. April 2011 folgt täglich ein halbseitiger Bericht mit jeweils einem qualitätsgesicherten Präventionsangebot der bayerischen Heilbäder und Kurorte. Die Gesamtauflage inklusive München und Nürnberg beträgt jeweils 200.000 Exemplare.

### B4B Mittelstand

Der vmm Verlag gibt das Magazin *B4B Mittelstand* heraus. Die Auflage beträgt 1 Million Exemplare. Die Zielgruppe sind Selbständige und Unternehmer. In der Oktober-Ausgabe 2010 erscheint eine Doppelseite des Bayerischen Heilbäder-Verbandes, an der sich drei Mitgliedsorte mit ihren Angeboten beteiligen.



Die Advertorials, die im Rahmen der Kampagne WellVital-Präventiv geschaltet werden, erzielen eine Auflage von insgesamt 11.795.986 Exemplaren. Hinzu kommen noch redaktionelle Berichte sowie Anzeigenschaltungen bei bekannten Reiseveranstaltern wie *TUI Vital*, *Neckermann Care* oder *fit REISEN*.

## Marketingbudget 2010

### Maßnahmen zur allgemeinen Bewerbung der bayerischen Heilbäder und Kurorte

Maßnahme	Kosten netto	Anteil BHV netto	Co-Finanzierung netto
Basisbroschüre	0 €	0 €	0 €
Reisemarkt Wuppertal, Messen f.re.e und ITB	51.300 €	41.300 €	10.000 €
Pflege/Weiterentwicklung Internetauftritt, SEO, Google Ads	42.300 €	39.300 €	3.000 €
PR Basis (Rest über Concilius)	200 €	200 €	0 €
by.TM Leistungen (Personal, Marketing-Service,...)	30.000 €	30.000 €	0 €
Sonstiges (DZT, Reisekosten,...)	67.800 €	56.400 €	11.400 €
<b>Gesamt</b>	<b>191.500 €</b>	<b>167.100 €</b>	<b>24.400 €</b>

### Maßnahmen im Rahmen der Kampagne WellVital-Präventiv

Maßnahme	Kosten netto	Anteil BHV netto	Co-Finanzierung netto
Medienkooperationen inkl. Testimonial	194.400 €	85.400 €	109.000 €
Angebotsbroschüre WellVital-Präventiv inkl. Response	86.600 €	42.200 €	44.400 €
WellVital-Basis	16.500 €	16.500 €	0 €
PR-Offensive inkl. Pressereise	33.400 €	33.400 €	0 €
Online-Offensive	96.500 €	60.000 €	36.500 €
Multiplikatorenkampagne	24.700 €	16.200 €	8.500 €
Rücken-Kampagne	35.200 €	5.200 €	30.000 €
<b>Gesamt</b>	<b>678.800 €</b>	<b>258.900 €</b>	<b>228.400 €</b>

### Einnahmen

Einnahmen	Betrag netto
Übertrag aus 2009	84.000 €
Basisfinanzierung Wirtschaftsministerium	127.000 €
Sondermittel „WellVital-Präventiv“ Wirtschaftsministerium	100.000 €
Sondermittel f.re.e Wirtschaftsministerium	50.000 €
Marketing-Eigenmittel BHV	100.000 €
Zusatzmittel Wirtschaftsministerium	70.000 €
Sondermittel I Wirtschaftsministerium	30.000 €
Sondermittel II Wirtschaftsministerium	150.000 €
Co-Finanzierung Mitglieder und Wirtschaftspartner	253.000 €
Sondermittel u. a. Heilbädertour Hessel 2011	60.000 €
Reserve für 2012	134.000 €
<b>Gesamt</b>	<b>1.158.000 €</b>

Übertrag nach 2011/2012/2013:

479.000 €

## Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

### Bayern Tourismus Marketing GmbH

---

Die Bayern Tourismus Marketing GmbH führt bereits seit dem Jahr 2007 die **Marketing-PR** für den Bayerischen Heilbäder-Verband durch. Im Jahr 2010 werden beispielsweise folgende Projekte umgesetzt:

#### Pressemitteilungen

- Februar: Sehnsucht Kur - Heilbäder und Kurorte als touristische Top-Magneten in Bayern
- Februar: Gemeinsam Gesundheitsmarkt der Zukunft gestalten - Kooperationspartner f.re.e
- Februar: BHV stärkt Rücken für den Alltag - Johanna Fellner präsentiert Rückenangebote
- November: Kuren in Bayern: so zahlt die Kasse
- November: In zehn Schritten erfolgreich zur Kur

#### Gewinnspiel-Kooperationen

In den Lifestyle-Magazinen *fifty* und *vital* erscheinen Artikel über den Bayerischen Heilbäder-Verband in Kombination mit einem Gewinnspiel. Die Auflage der Magazine beträgt 310.000 bzw. 220.000 Exemplare. Die Preise werden von Gastgebern aus den Mitgliedsorten Bad Brückenau und Füssen zur Verfügung gestellt.

#### Gruppenpressereise mit Testimonial Ursula Buschhorn

Von 18. bis 21. November 2010 besuchen neun Journalisten im Rahmen einer Gruppenpressereise die Mitgliedsorte Oberstaufen und Pfronten. Mit dabei ist auch Testimonial Ursula Buschhorn. Im Anschluss an die Pressereise erscheinen Artikel in verschiedenen Tageszeitungen wie zum Beispiel dem *Darmstädter Echo* oder der *Mittelbadischen Presse*.

#### Gespräche und Interviews

Die Bayern Tourismus Marketing GmbH integriert den Bayerischen Heilbäder-Verband in die Pressekonferenz in Wien und führt unter anderem Interviews mit *BR 2* oder der *Westdeutschen Allgemeinen Zeitung*. Darüber hinaus finden Redaktionstouren in Nordrhein-Westfalen und Baden-Württemberg statt.

#### Presse-Clipping

Die Bayern Tourismus Marketing GmbH hat für den Bayerischen Heilbäder-Verband ein Presse-Clipping in Auftrag gegeben. Laut Ausschnittdienst liegt die Gesamtreichweite der Veröffentlichungen (Bayern Tourismus Marketing GmbH und Concilius AG zusammen) in Tages- und Wochenzeitungen für den Zeitraum Januar bis Dezember 2010 bei rund 5,5 Millionen.

## Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

### CONCILIUS AG

---

Im April 2010 wird die Concilius AG mit der Unterstützung der **politischen Öffentlichkeitsarbeit** des Bayerischen Heilbäder-Verbandes beauftragt. Zu den Tätigkeiten von Concilius gehören unter anderem:

#### Pressemitteilungen

April:	Vorstellung als neue Agentur des Bayerischen Heilbäder-Verbandes
April:	Richard Adam berät den Bayerischen Heilbäder-Verband
Mai:	Referentenentwurf des Tourismuspolitischen Konzepts der Staatsregierung
Juni:	Mehrwertsteuersenkung ermöglicht Investitionen - Heilbäder und Kurorte investieren 30 Millionen
Juni:	Muster-Pressemitteilung für die Mitglieder zum Thema Mehrwertsteuersenkung
Juli:	Gesundheitsminister Söder stärkt die Gesundheitswirtschaft - 1. Tag der Gesundheitsregionen
Juli:	Kabinett tagt im Kurort Bad Kissingen - Wertschätzung für die bayerischen Kurorte und Heilbäder
August:	Vorstandssitzung in Bad Wiessee - renoviertes Jod-Schwefel-Bad ein Beispiel für die moderne Kur
September:	Konsequent innovativ - Startschuss in Bad Aibling für die Apps-Entwicklung
September:	Muster-Pressemitteilung für die Mitglieder zum Thema Apps-Entwicklung
Oktober:	64. Bayerischer Heilbädertag: Kur- und Kassenpolitik müssen transparent und nachvollziehbar sein
Oktober:	64. Bayerischer Heilbädertag: Politik und Kassen vernachlässigen Prävention im Gesundheitswesen

#### Kontaktpflege

Concilius erstellt und überarbeitet einen maßgeschneiderten Medienverteiler und pflegt laufend Kontakte zu relevanten Redakteuren. Im Vorfeld des Bädertages führt die Agentur eine Telefonaktion von 12. bis 15. Oktober 2010 durch. Mitarbeiter von Concilius nehmen an Besprechungen des Bayerischen Heilbäder-Verbandes und der Bayern Tourismus Marketing GmbH teil und besuchen zahlreiche Mitgliedsorte des Verbandes.

#### Termin- und Veranstaltungsunterstützung

Concilius unterstützt den Bayerischen Heilbäder-Verband bei verschiedenen Terminen bzw. Veranstaltungen und versendet entsprechende Presseeinladungen wie beispielsweise für den offiziellen Startschuss der Apps-Entwicklung am 23. September 2010 mit Staatssekretärin Katja Hessel in Bad Aibling.

#### Weitergehende Leistungen

Concilius erledigt für den Bayerischen Heilbäder-Verband auch zusätzliche, über die Öffentlichkeitsarbeit hinausgehende Leistungen wie die Erstellung einer Materialsammlung aus dem Tourismuspolitischen Konzept der Bayerischen Staatsregierung, die Einladung des EU-Kommissars John Dalli nach Oberammergau, die Überarbeitung und Koordinierung des Interviews mit Staatssekretär Franz Pschierer oder das Monitoring von politischen Initiativen, Diskussionen und (Budget-)Entscheidungen zur Thematik Gesundheitswirtschaft oder die Analyse von (wissenschaftlichen) Beiträgen, Statistiken und Studien zu den Themen Gesundheitstourismus und Kurwesen.

## Übernachtungen und Gästeankünfte nach Sparten

### Mineral- und Moorheilbäder, Orte mit Heilquellen- oder Peloidkurbetrieb

Ort	Übernachtungen 2010		Gästeankünfte 2010	
	Stat. Landesamt	Kurverwaltung	Stat. Landesamt	Kurverwaltung
Bad Abbach	58.492	58.407	14.488	13.306
Bad Aibling	328.899	264.866	79.589	37.428
Bad Alexandersbad	66.265	66265	26.400	26.400
Bad Bayersoien	129.896	134.351	33.666	34.687
Bad Birnbach	704.092	722.073	110.116	114.284
Bad Bocklet	176.853	178.009	14.458	14.407
Bad Brückenau*	269.237	538.621	49.528	93.792
Bad Endorf	207.236	212.486	33.647	34.634
Bad Feilnbach	331.675	283.267	60.616	38.490
Bad Füssing	2.608.456	2.642.264	284.160	279.506
Bad Gögging	435.497	419.999	91.623	87.020
Bad Griesbach	856.886	855.949	146.776	128.193
Bad Kissingen	1.516.544	1.511.270	223.596	219.740
Bad Königshofen	97.087	95.586	23.361	23.268
Bad Kohlgrub	238.674	246.937	58.863	62.662
Krumbach	62.413	62.413	19.619	19.619
Neualbenreuth	92.783	97.246	22.156	23.085
Bad Neustadt	354.353	354.353	42.381	42.381
Bad Reichenhall	641.944	930.315	105.300	143.589
Bad Rodach	222.942	233.506	29.491	28.983
Bad Staffelstein	560.699	581.403	122.539	127.564
Bad Steben	351.792	357.947	37.986	37.814
Bad Tölz	352.504	381.676	84.367	85.887
Treuchtlingen	27.521	88.793	14.286	21.657
Weißensstadt	82.623	82.623	16.957	16.957
Bad Wiessee	560.728	576.321	74.315	80.770
Bad Windsheim	345.345	338.297	69.364	67.163
<b>Gesamtsumme</b>	<b>11.681.436</b>	<b>12.315.243</b>	<b>1.889.648</b>	<b>1.903.286</b>

\* Staatsbad und Stadt Bad Brückenau

## Übernachtungen und Gästekünfte nach Sparten

### Kneippkurorte und Kneippheilbäder

Ort	Übernachtungen 2010		Gästekünfte 2010	
	Stat. Landesamt	Kurverwaltung	Stat. Landesamt	Kurverwaltung
Bad Berneck	24.022	24.049	8.945	8.976
Füssen	1.013.456	1.142.386	319.703	329.593
Bad Grönenbach	45.875	179.446	8.754	16.255
Bad Kötzing	176.443	176.954	29.044	29.130
Ottobeuren	62.100	68.026	33.362	33.556
Oy-Mittelberg	152.262	161.211	23.939	25.948
Prien am Chiemsee	334.708	350.810	74.888	77.738
Bad Wörishofen	751.650	755.645	115.161	116.087
<b>Gesamtsumme</b>	<b>2.560.516</b>	<b>2.858.527</b>	<b>613.796</b>	<b>637.283</b>

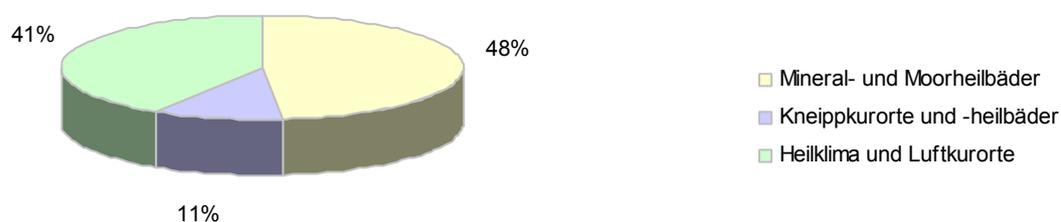
### Heilklimatische Kurorte und Luftkurorte

Ort	Übernachtungen 2010		Gästekünfte 2010	
	Stat. Landesamt	Kurverwaltung	Stat. Landesamt	Kurverwaltung
Berchtesgaden-Königssee	2.140.556	2.143.618	406.039	407.617
Bischofsgrün	180.541	180.541	28.834	28.834
Eging am See	53.744	83.255	20.036	39.148
Fischen	511.669	517.256	81.026	82.550
Garmisch-Partenkirchen	1.192.742	1.197.251	342.193	349.457
Bad Heilbrunn	24.822	147.895	6.695	11.890
Bad Hindelang	847.851	953.671	164.222	172.270
Kreuth	227.390	210.386	60.317	53.602
Oberstaufen	1.035.625	1.349.792	208.854	222.520
Oberstdorf	2.290.347	2.315.436	402.934	370.086
Pfronten	503.757	530.682	97.388	97.032
Rottach-Egern	331.751	343.043	70.776	75.163
Scheidegg	462.280	463.940	36.871	45.115
Tegernsee	182.973	190.184	40.652	43.032
<b>Gesamtsumme</b>	<b>9.986.048</b>	<b>10.626.950</b>	<b>1.966.837</b>	<b>1.998.316</b>

## Übernachtungen und Gästeankünfte nach Sparten

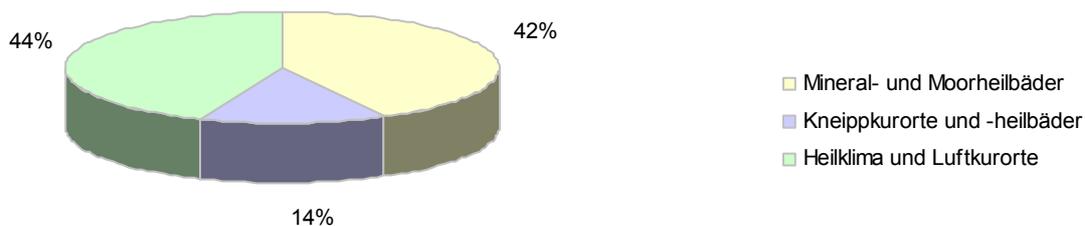
### Übernachtungen (Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung)

Sparte	2009	2010	Veränderung	Veränderung
Mineral- und Moorheilbäder	11.679.527	11.681.436	+ 1.909	+ 0,02 %
Kneippkurorte und -heilbäder	2.501.623	2.560.516	+ 58.893	+ 2,35 %
Heilklima und Luftkurorte	10.055.011	9.986.048	- 68.963	- 0,69 %
<b>Gesamtsumme</b>	<b>24.236.161</b>	<b>24.228.000</b>	<b>- 8.161</b>	<b>- 0,03 %</b>



### Gästeankünfte (Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung)

Sparte	2009	2010	Veränderung	Veränderung
Mineral- und Moorheilbäder	1.797.564	1.889.648	+ 92.084	+ 5,12 %
Kneippkurorte und -heilbäder	554.705	613.796	+ 59.091	+ 10,65 %
Heilklima und Luftkurorte	1.916.696	1.966.837	+ 50.141	+ 2,62 %
<b>Gesamtsumme</b>	<b>4.268.965</b>	<b>4.470.281</b>	<b>+ 201.316</b>	<b>+ 4,72 %</b>



## Entwicklung seit 1998

### Übernachtungen und Gästeankünfte (Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung)

Jahr	Übernachtungen	+/-	Gästeankünfte	+/-
1998	26.154.881		3.430.010	
1999	26.867.921	+ 2,7 %	3.607.023	+ 5,2 %
2000	27.653.984	+ 2,9 %	3.878.935	+ 7,5 %
2001	27.878.791	+ 0,8 %	3.885.031	+ 0,2 %
2002	26.587.479	- 4,6 %	3.782.602	- 2,6 %
2003	25.510.923	- 4,0 %	3.692.785	- 2,4 %
2004	24.465.191	- 4,1 %	3.748.205	+ 1,5 %
2005	24.645.812	+ 0,7 %	3.909.924	+ 4,3 %
2006	25.613.765	+ 3,9 %	4.136.646	+ 5,8 %
2007	24.107.770	- 5,9 %	4.068.249	- 1,7 %
2008	23.939.471	- 0,7 %	4.083.652	+ 0,4 %
2009	24.236.161	+ 1,2 %	4.268.965	+ 4,5 %
2010	24.228.000	0,0 %	4.470.281	+ 4,7 %

### Bettenzahl und durchschnittliche Bettenauslastung (Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung)

Jahr	Bettenzahl	+/-	durchschnittliche Bettenauslastung
1998	146.264		48,99 %
1999	143.033	- 2,2 %	51,46 %
2000	145.526	+ 1,7 %	52,06 %
2001	144.371	- 0,8 %	52,91 %
2002	143.916	- 0,3 %	50,61 %
2003	135.434	- 5,9 %	51,61 %
2004	131.670	- 2,8 %	50,91 %
2005	134.662	+ 2,3 %	50,14 %
2006	137.280	+ 1,9 %	51,12 %
2007	132.696	- 3,3 %	51,79 %
2008	129.801	- 2,2 %	52,70 %
2009	126.827	-2,3 %	52,36 %
2010	125.399	- 1,1 %	52,93 %

## Entwicklung seit 1998

**Durchschnittliche Aufenthaltsdauer** (Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung)

Jahr	Mineral- und Moorheilbäder	Kneippkurorte und Kneippheilbäder	Heilklima und Luftkurorte	Heilbäder und Kurorte in Bayern
1998	8,46 Tage	7,34 Tage	6,87 Tage	7,61 Tage
1999	8,18 Tage	7,30 Tage	6,72 Tage	7,45 Tage
2000	7,86 Tage	6,76 Tage	6,45 Tage	7,13 Tage
2001	8,00 Tage	6,34 Tage	6,02 Tage	7,18 Tage
2002	7,90 Tage	5,88 Tage	6,49 Tage	7,02 Tage
2003	7,61 Tage	5,92 Tage	6,46 Tage	6,91 Tage
2004	7,08 Tage	5,63 Tage	6,10 Tage	6,47 Tage
2005	7,01 Tage	5,38 Tage	5,89 Tage	6,30 Tage
2006	6,75 Tage	5,09 Tage	5,97 Tage	6,19 Tage
2007	6,56 Tage	4,85 Tage	5,57 Tage	5,93 Tage
2008	6,54 Tage	4,85 Tage	5,45 Tage	5,86 Tage
2009	6,50 Tage	4,51 Tage	5,25 Tage	5,68 Tage
2010	6,18 Tage	4,17 Tage	5,08 Tage	5,42 Tage

**Fallzahlen Bund für ambulante Vorsorgeleistungen** (Quelle: Kassenärztliche Vereinigung Westfalen-Lippe)

Jahr	Fallzahlen Bund	+/-	+/-
1998	228.963		
1999	244.244	+ 15.281	+ 6,7 %
2000	229.725	- 14.519	- 5,9 %
2001	191.423	- 38.302	- 16,7 %
2002	157.726	- 33.697	- 17,6 %
2003	163.163	+ 5.437	+ 3,4 %
2004	118.648	- 44.515	- 27,3 %
2005	112.148	- 6.500	- 5,5 %
2006	112.320	+ 172	+ 0,2 %
2007	114.862	+ 2.542	+ 2,3 %
2008	105.148	- 9.714	- 8,5 %
2009	94.355	- 10.793	- 10,3 %
2010	80.183	- 14.172	- 15,0 %



Herausgeber:

Bayerischer Heilbäder-Verband e. V., Rathausstr. 6-8, 94072 Bad Füssing

Tel. 08531/975590, Fax 08531/21367, [info@gesund-es-bayern.de](mailto:info@gesund-es-bayern.de), [www.gesund-es-bayern.de](http://www.gesund-es-bayern.de)

Redaktion/Gestaltung:

Claudia Hofer, Rudolf Weinberger

Druck:

Idee & Druck Scheidemandel GmbH, Untere Inntalstr. 15, 94060 Pocking



Rathausstr. 6-8 • 94072 Bad Füssing  
Telefon: 08531 975590 • Fax: 08531 21367  
Internet: [www.gesundes-bayern.de](http://www.gesundes-bayern.de)  
E-Mail: [info@gesundes-bayern.de](mailto:info@gesundes-bayern.de)

