



**Protokoll der Mitgliederversammlung am 18. November 2014 um 09:00 Uhr
in Prien am Chiemsee**

Anwesende siehe Anwesenheitsliste

Vorsitzender Klaus Holetschek begrüßt alle Mitglieder und Ehrengäste. Er bedankt sich bei den Verantwortlichen in Prien am Chiemsee für die Gastfreundschaft und eröffnet die Sitzung gegen 09:00 Uhr.

TOP 1: Bericht des Vorsitzenden

Verstorbenenenehrung

Die Mitglieder erheben sich in Gedenken an...

...Günter Engelmann aus Bad Reichenhall, der am 16. September 2014 im Alter von 78 Jahren verstorben ist. Er war langjähriger Mitarbeiter der Kur GmbH Bad Reichenhall/Bayerisch Gmain.

... Erwin Brummer, der am 26. September 2014 im 75. Lebensjahr verstorben ist. Er war Ehrenbürger von Bad Birnbach und hat über 24 Jahre lang als 1. Bürgermeister die Geschicke der Marktgemeinde gelenkt.

Mitgliederbefragung

Das Ergebnis der Mitgliederbefragung, die der Marketingausschuss in Kooperation mit CenTouris ausgearbeitet hat, zeigt, dass sich die Mitglieder des Bayerischen Heilbäder-Verbandes e.V. dafür aussprechen, den Gesundheitstourismus in den Vordergrund der Werbemaßnahmen zu rücken. Weitere Informationen hierzu folgen unter TOP 4.

Forderungen des Bayerischen Heilbäder-Verbandes e.V.

Der Bayerische Heilbäder-Verband e.V. wird mit seinen Forderungen wahrgenommen. So gibt es nun im Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie zwei Referate für Tourismus. Außerdem werden für das Haushaltsjahr 2015 die Mittel für die Förderung des Tourismus in Bayern aufgestockt.



Förderprogramm und Mehrwert-Studie

Das Förderprogramm zur Steigerung der medizinischen Qualität in den bayerischen Heilbädern und Kurorten wird auch über das Jahr 2014 hinaus fortgesetzt, sodass auch weiterhin Anträge eingereicht werden können.

Für die vom Bayerischen Heilbäder-Verband e.V. geplante Mehrwert-Studie liegt zwischenzeitlich die detaillierte Projektbeschreibung der Ludwig-Maximilians-Universität München vor. Als Hauptindikationen wurden Beschwerden im Bereich des Muskel-Skelett-Systems und des Herz-Kreislauf-Systems ausgewählt, um die nötige Fallzahl von 500 Probanden zu erreichen. Der Antrag auf Förderung der Studie wird derzeit mit dem Projektconsulting KuHeMo abgestimmt und in Kürze bei der Bayerischen Gesundheitsagentur eingereicht. Die Kosten liegen bei rund 130.000 Euro, wovon der Bayerische Heilbäder-Verband e.V. rund 40.000 Euro als Co-Finanzierung erbringen muss. Gemäß dem Beschluss der Mitgliederversammlung 2013 in Bad Königshofen trägt die Hälfte der Verband selbst, die andere Hälfte wird nach Übernachtungen auf die Mitgliedsorte umgelegt.

Bündnis für gesunde Mitarbeiter

Anfang Oktober 2014 haben der Bayerische Heilbäder-Verband e.V., die Vereinigung der bayerischen Wirtschaft e.V., der Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern e.V. und die AOK Bayern das Bündnis für gesunde Mitarbeiter unter der Schirmherrschaft von Staatsministerin Melanie Huml unterzeichnet. Ziel ist es, Arbeitgebern und Arbeitnehmern Prävention und betriebliches Gesundheitsmanagement näherzubringen. Die Mitglieder sind nun aufgefordert, entsprechende Angebote an den Verband zu übermitteln.

Die Mitgliederversammlung nimmt den Bericht des Vorsitzenden zur Kenntnis. Klaus Holetschek bedankt sich bei den Mitgliedern der Vorstandschaft, der Ausschüsse und der Geschäftsstelle für die gute Zusammenarbeit.

TOP 2: Umsatzsteuer auf Saunaeintritte

Seit 1968 werden Saunagänge in öffentlichen Einrichtungen umsatzsteuerrechtlich begünstigt, da das Saunabaden nach dem Umsatzsteuergesetz zu den Heilbädern zählt. Diese steuerliche Ermäßigung gilt allerdings nicht für Saunaanlagen in Fitnessstudios, weshalb diese auf dem Rechtsweg mehrfach eine Gleichstellung forderten. Der Bundesfinanzhof verkündete 2015 in einem Rechtsstreit mit einem Fitnessstudio, dass die Benutzung der Sauna lediglich dem allgemeinen Wohlbefinden diene und somit die bisherige Besteuerungspraxis nicht der Rechtsgrundlage entspricht.

2007 einigten sich die Finanzbehörden der Länder auf einen Nichtanwendungserlass, der bis heute besteht.



Nun soll dieser Nichtanwendungserlass aufgehoben werden, eine endgültige Entscheidung darüber fällt voraussichtlich im ersten Halbjahr 2015.

Es ist aber davon auszugehen, dass die Umsatzsteuererhöhung für Saunabesuche voraussichtlich zum 1. Juli 2015 eingeführt wird, auch wenn es derzeit noch Initiativen gibt, diese Erhöhung zu verhindern bzw. auf 1. Januar 2016 zu verschieben.

TOP 3: Präventionsgesetz

Der Bayerische Heilbäder-Verband e.V. schlägt der Mitgliederversammlung vor, folgende Resolution zum Referentenentwurf des Präventionsgesetzes zu verabschieden:

- Der Bayerische Heilbäder-Verband e.V. begrüßt die gesetzliche Verankerung der Prävention und Gesundheitsförderung in einem eigenständigen Präventionsgesetz und den vorliegenden Entwurf. Insbesondere die Stärkung der Vorsorgemaßnahmen in den anerkannten Kurorten und die besondere Berücksichtigung von Antragstellern mit besonderen beruflichen oder familiären Umständen verdienen besondere Aufmerksamkeit. Beispielhaft seien hier Pflegeberufe genannt, die durch Schichtarbeit und psychische sowie körperliche Belastungen im Fokus von präventivem Gesundheitsmanagement stehen sollten.
- Der ganzheitliche Ansatz von Prävention mit den Elementen Ernährung, Bewegung und Berücksichtigung der individuellen psychischen Situation wird in bayerischen Heilbädern schon jetzt gesetzt. Deshalb fordert der Bayerische Heilbäder-Verband e.V. die Stärkung der Eigenverantwortlichkeit und Autonomie aller Versicherten. So sollten sie selbst entscheiden können, ob sie eine Maßnahmen am Wohnort oder eine wohnortferne Maßnahme in einem Kurort durchführen wollen.
- Die ortsgebundenen Heilmittel besitzen speziell Wirkungen und demnach unterschiedliche Indikationsbereiche. Eine besondere Verantwortung haben dabei die Hausärzte, die in ihrer Funktion als Lotse im Gesundheitswesen zum Wohl der Patienten wesentliche Steuerungen vornehmen. Dies sollte im Präventionsgesetz deutlich gemacht werden.
- Ein Präventionsgesetz sollte möglichst nah am Menschen sein. Deshalb sollten die finanziellen Mittel für die Prävention nicht allein bei der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung gebündelt, sondern auch auf die Länder und Kommunen verteilt werden.
- Der Bayerische Heilbäder-Verband e.V. schließt sich zudem der Resolution des Deutschen Heilbäderverbandes e.V. zum Präventionsgesetz an.

Auch der Deutsche Heilbäderverband e.V. richtet seinen Fokus auf die Wahlfreiheit der Patienten und die dezentrale Verteilung der Finanzmittel.



Die Mitgliederversammlung stimmt dem Vorschlag zu und verabschiedet die Resolution einstimmig.

TOP 4: Bericht zur Marketing & PR

4.1 Bericht aus dem Marketingausschuss mit Bericht der Bayern Tourismus Marketing GmbH

Marketingmaßnahmen

Das Marketing umfasste in den vergangenen Monaten beispielsweise folgende Aktionen:

Für die Endkunden wurde die Basisbroschüre in einer Auflage von 20.000 Stück, die Angebotsbroschüre 2014 in einer Auflage von 500.000 Stück, der Kurflyer in einer Auflage von 30.000 Stück und das Stammgästemailing in einer Auflage von 17.500 Stück produziert und ausgegeben.

Im B2B-Bereich wurde der Flyer „Zahlen. Daten. Fakten“ überarbeitet, ein Informationsflyer für Gesundheitsdienstleister erstellt und ein mobiler Messetand mit Counter angeschafft.

Der Bayerische Heilbäder-Verband e.V. war mit der Marke „Gesundes Bayern“ auf der Reisemesse free in München, der ITB Berlin und der Seniorenmesse „Die 66“ in München vertreten. Außerdem beteiligte sich der Verband unter anderem am Career Day des Campus M21 oder dem Tag der offenen Tür in der Bayerischen Staatskanzlei.

Die Anzeigenkampagne war in diesem Jahr auf verschiedene Indikationen ausgerichtet. Insgesamt konnte eine Auflage von 570.000 Stück erreicht werden. Hinzu kommen zahlreiche Advertorials, beispielsweise in der Broschüre „Camping in Bayern“ oder dem Sonderheft der BUNTEN „Mein Bayern“. Die Gesamtauflage der Advertorials beträgt 2,4 Millionen.

Die Homepage www.gesundes-bayern.de wird pro Monat durchschnittlich von 28.294 Besuchern aufgerufen. Eine der beliebtesten Seiten ist der Gesundheitsfinder, in den mittlerweile rund 1.600 Gesundheitsdienstleister eingetragen sind.

Der Gesundheitsfinder wurde auch durch einen 30-sekündigen TV Spot im RTL-Fenster von 18:00 Uhr bis 18:30 Uhr beworben. Die Ausstrahlung des TV-Spots erfolgt von 13. Oktober 2014 bis 21. November 2014. Die Tagesreichweite beträgt rund 837.000 Zuschauer.

Die Kooperation „Die lieben Kollegen“ mit Bayern 1 wurde 2014 fortgesetzt. Zehn Wochen lang wurde ein Wohlfühl-Aufenthalt in einem Hotel der bayerischen Heilbäder und Kurorte verlost.



Im Rahmen der touristischen Pressearbeit wurden zahlreiche Pressemitteilungen verschickt und drei Gruppenpressereisen zu den Themen Burnout-Prävention, Thermalwasser und allergikerfreundlicher Urlaub durchgeführt.

Ergebnisse der Mitgliederbefragung

In Kooperation mit CenTouris wurde 2014 eine Mitgliederbefragung zum Thema Marketing durchgeführt. Befragt wurden alle Mitglieder des Bayerischen Heilbäder-Verbandes e.V. mittels Onlinebefragung. In die Auswertung der Ergebnisse flossen 46 vollständige Interviews sowie 2 Teilinterviews mit ein. Die Ausschöpfungsquote beträgt somit 71 Prozent.

Alter der Zielgruppe:

1. 40 bis 60 Jahre
2. 60 bis 80 Jahre

Deutsche Zielmärkte:

1. Bayern
2. Baden-Württemberg
3. Nordrhein-Westfalen

Europäische Zielmärkte:

1. Schweiz
2. Niederlande
3. Österreich

Inhaltliche Ausrichtung vor Ort:

- Das Thema Gesundheit wird an Bedeutung gewinnen.
- Das Thema Kur wird an Bedeutung verlieren.

Infrastrukturelle Projekte in den nächsten zehn Jahren:

- Therme/Kurmittelhaus/Freizeitbad (10)
- (Kur)Park/Grünanlagen/Ortsgestaltung (7)
- Spezielle Gesundheits- und Wellnesseinrichtungen (6)

Marketingschwerpunkte der Mitglieder:

- Pressearbeit (90 Prozent)
- Online Marketing (62 Prozent)
- Printwerbung (55 Prozent)
- Messen (34 Prozent)

Haben Sie schon an Marketingmaßnahmen „Gesundes Bayern“ teilgenommen?

- 87 Prozent haben bereits teilgenommen.



Beweggründe zur Teilnahme:

- Maßnahmen passen thematisch in die Marketingplanung (78 Prozent)
- Maßnahmen sind qualitativ gut (59 Prozent)
- Maßnahmen passen ins Budget (34 Prozent)
- Maßnahmen haben ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis (29 Prozent)

Was spricht für Sie gegen eine Erhöhung des Marketingbudgets für Maßnahmen „Gesundes Bayern“?

- Zunächst Verbesserung des Angebots und der Infrastruktur im Bereich Gesundheitstourismus; erst wenn das Angebot stimmt, kann mehr in Marketing investiert werden
- Maßnahmen zu „kurlastig“ – Gesundheit wird allgemeiner vermarktet
- Maßnahmen uninteressant, da Standard-Anzeigen
- Gesundheit ist ein Thema von vielen

Wünsche an das zukünftige Marketing „Gesundes Bayern“:

- Lebensgefühl der Heilbäder und Kurorte stärker mit einbeziehen
- Indikationenkompetenzen noch stärker kommunizieren
- Heilmittel und Naturheilverfahren noch stärker kommunizieren
- Orte weniger in den Vordergrund stellen, mehr Gesundheitsdienstleister/Indikationen
- weniger Kur als Inhalt

Als Konsequenzen aus der Mitgliederbefragung sind folgende Aktionen geplant:

Für die Homepage www.gesundes-bayern.de ist eine mobile Variante der Seite und der Kernfunktionen geplant. Es wird außerdem eine neue Contentstrategie mit Themenschwerpunkten zu Indikationen und einen Blog geben. Zudem sollen Inhalte, Angebote und Gesundheitsdienstleister auf der Seite besser vernetzt werden. Die Einbindung des Gesundheitsfinders in die Kurorte-App wird durch die kostenlose Bereitstellung der Schnittstelle für Mitglieder unterstützt.

Um die Marke „Gesundes Bayern“ zu optimieren wird in Zusammenarbeit mit Project M und Keck Medical ein Markenprozess gestartet, der neben einer Positionierungs- und Potenzialanalyse auch die Konzeption für die künftige Ausrichtung und die Durchführung von Expertenworkshops vorsieht. Ziel ist es, die Attraktivität der Marke zu steigern und eine bessere Abgrenzung gegenüber Akteuren im Gesundheitsmarkt herbeizuführen.

Für das Jahr 2015 ist eine Optimierung bzw. Überarbeitung der Marketingmaßnahmen geplant. Es wird mehr Maßnahmen im Onlinebereich und für neue Zielgruppen geben. Außerdem wird verstärkt auf das Preis-Leistungs-Verhältnis geachtet.

Die Mitgliederversammlung nimmt den Bericht zustimmend zur Kenntnis.



4.2 Bericht der PR-Agentur Rosi Raab

Im Rahmen der verbandspolitischen Pressearbeit wurden über das Jahr verteilt zahlreiche Pressemitteilungen verfasst und veröffentlicht. Als Themen wurden beispielsweise der Besuch bei Bundesgesundheitsminister Hermann Gröhe, das Bündnis für gesunde Mitarbeiter, die geplante Umsatzsteuererhöhung für Saunabesuche oder das Präventionsgesetz aufgegriffen.

Im kommenden Jahr sollen die Kontakte zum Fernsehen und die Arbeit im Bereich Social Media intensiviert werden.

TOP 5: Jahresbericht 2013

5.1 Haushaltsrechnung 2013

Die Haushaltsrechnung für das Geschäftsjahr 2013 ist im Jahresbericht auf Seite 19 abgedruckt. Die Einnahmenseite schließt mit 541.149 Euro, die Ausgabenseite mit 531.674. Somit ergibt sich ein Überschuss von 9.475 Euro.

Die Mitgliederversammlung nimmt die Haushaltsrechnung 2013 zustimmend zur Kenntnis.

5.2 Bilanz 2013

Die Bilanz zum 31. Dezember 2013 ist im Jahresbericht auf Seite 22 abgedruckt. Sowohl Aktiva als auch Passiva schließen mit 190.071,33 Euro.

5.3 Bericht der Rechnungsprüfer

Die Rechnungsprüfung für das Haushaltsjahr 2013 fand am 2. Juli 2014 in Bad Füssing statt. Dem Schatzmeister wird eine ordnungsgemäße Buchführung bescheinigt. Der Bericht über die Rechnungsprüfung ist im Jahresbericht 2013 auf den Seiten 20 und 21 abgedruckt.

5.4 Diskussion

Es gibt keine Wortmeldungen.

5.5 Entlastung für Vorstand und Geschäftsführung

Die Mitgliederversammlung erteilt einstimmig die Entlastung für Vorstand und Geschäftsführung für das Haushaltsjahr 2013.



TOP 6: Bericht aus dem Deutschen Heilbäderverband e.V.

6.1 Aktuelle Situation

Ernst Hinsken, Präsident des Deutschen Heilbäderverbandes e.V., berichtet vom 110. Deutschen Bädertag in Zingst, bei dem auch Bundeskanzlerin Angela Merkel zu Gast war. Sie hat in ihrer Rede den deutschen Heilbädern und Kurorten den Rücken gestärkt.

Die Situation im Deutschen Heilbäderverband e.V. selbst ist nach wie vor sehr angespannt. Dazu tragen vor allem auch die Irritationen zwischen Präsident, Geschäftsführer und Mitarbeitern der Geschäftsstelle bei, die bislang leider nicht ausgeräumt werden konnten. Auch notwendige Strukturänderungen bleiben aus. Der von Bayern eingereichte Vorschlag einer Satzungsänderung fand in der Mitgliederversammlung im Oktober 2014 keine Mehrheit.

Der Bayerische Heilbäder-Verband e.V. unterstützt Ernst Hinsken in seinem Amt als Präsident und wird die Situation genau beobachten und weiterhin auf grundlegende Änderungen in den Strukturen bestehen.

6.2 Allergikerfreundliche Kommune – Vortrag von Anja Bode

Unter einer allergikerfreundlichen Kommune ist ein nach medizinischen Kriterien zertifizierter Urlaubsort zu verstehen, der eine die gesamte Servicekette umfassende Infrastruktur allergikerfreundlicher Angebote im nicht-medizinischen Bereich bietet. Dazu gehören Hotels, Pensionen, Restaurants, Cafés, Supermärkte, Bäckereien, Metzgereien und auch die Kommunal- und Tourismusverwaltung.

Die Zertifizierung bietet eine qualitative und strukturelle Verbesserung des Gesundheitstourismus in Deutschland, die Möglichkeit prädikatisierte Orte qualitätsgeprüft weiter zu profilieren und eine zeitgemäße Antwort auf eine wachsende Nachfrage.

Die Stiftung ECARF wurde 2003 gegründet und ist europaweit tätig. Zu den Zielen gehören die Verbesserung der Forschung, die Verringerung der Belastung durch Krankheitsfolgen bei Betroffenen und in der Gesellschaft sowie die Bewusstseinsbildung über die Risiken von Allergien.

Das ECARF-Qualitätssiegel gibt es für allergikerfreundliche Produkte und Dienstleistungen und kann grundsätzlich an jedes Produkt verliehen werden, wenn es das Leben von Allergikern nachweislich erleichtert oder verbessert. Die Vergabe des Siegels erfolgt auf der Grundlage transparenter und wissenschaftlich gesicherter Kriterien für die Dauer von zwei Jahren. Es ist nicht kommerziell und kann deshalb lizenzgebührenfrei genutzt werden.



Als Modellprojekt wurde von Oktober 2010 bis April 2013 im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz ein Projekt zur Zertifizierung und Leitlinienentwicklung allergikerfreundlicher Kommunen durchgeführt. Anhand der Gemeinde Bad Hindelang sowie aus bereits vorliegenden Erfahrungen sollte ein Modell für die Zertifizierung von Gemeinden mit dem ECARF-Siegel entwickelt werden, um mittel- bis langfristig deutschlandweit ein möglichst breites Angebot für Allergiker zu schaffen.

Über den Deutschen Heilbäderverband e.V. erfolgen eine fachkompetente Beratung zur pragmatischen Umsetzung, Informationsveranstaltungen, Schulungen von Verantwortlichen und Mitarbeiterschaft der Kur- und Tourismusgesellschaft, Schulungen der Betriebe und die dauerhafte Betreuung für Erst- und Folgezertifizierungen.

Das Siegel erhöht die Lebensqualität für Allergiker und bietet auch den zertifizierten Kommunen einen erheblichen Mehrwert.

TOP 7: Wünsche und Anträge

Es gibt keine Wortmeldungen.

TOP 8: Termine und Ausblick

Frühjahrstagung: 16. und 17. März 2015 in Bad Endorf
69. Bayerische Heilbädertag: 16. und 17. November 2015 in Bad Staffelstein

Vorsitzender Klaus Holetschek bedankt sich bei allen Teilnehmern für die gute Zusammenarbeit und beendet die Sitzung gegen 12:10 Uhr.

Bad Füssing, 3. Dezember 2014

Rudolf Weinberger
Geschäftsführer