



Jahresbericht 2022

Bayerischer Heilbäder-Verband e.V.

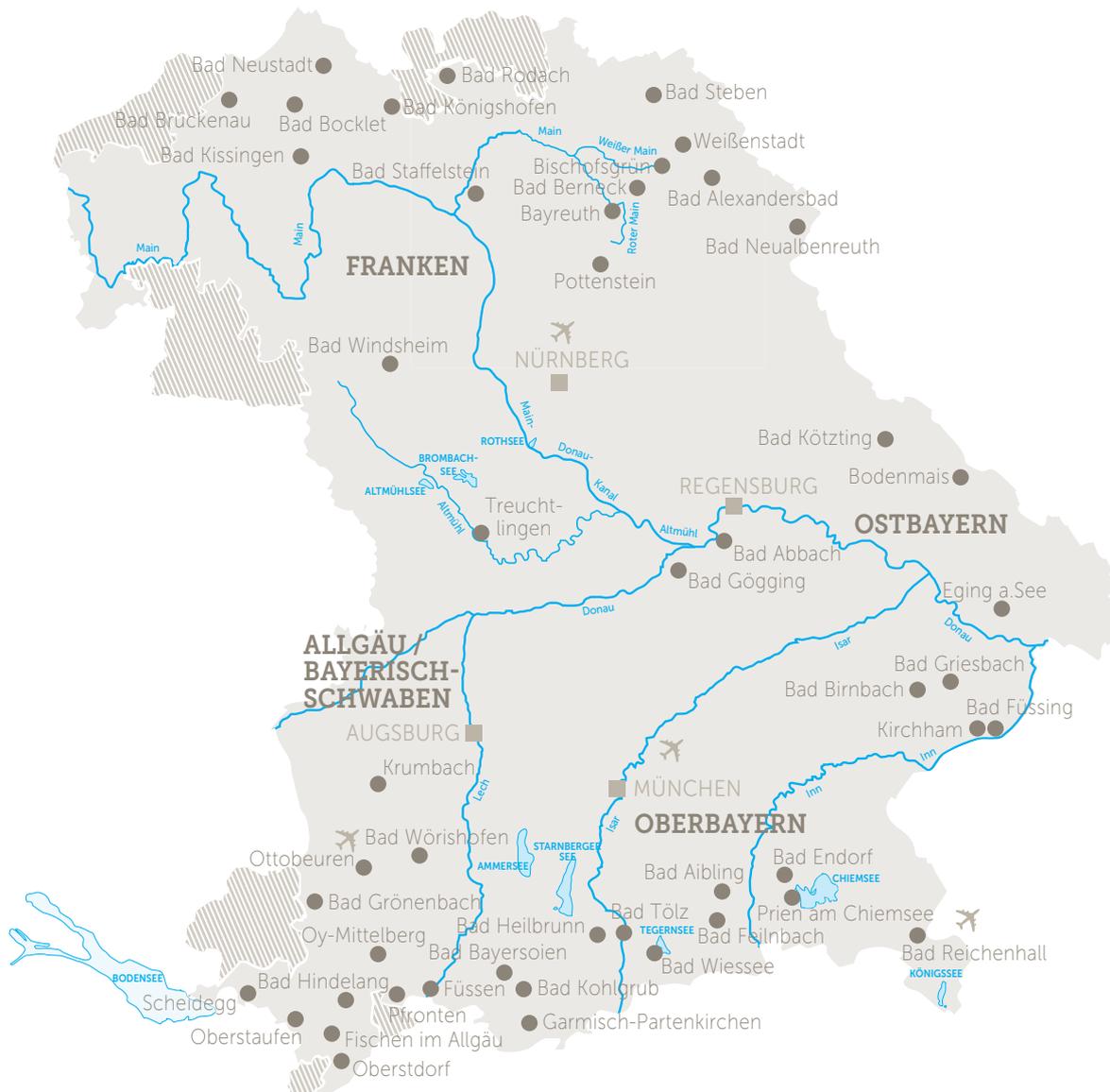




Inhalt



Übersichtskarte der Mitglieder im BHV	3
Vorwort	4
Mitglieder 2022	7
Kommunen und Betriebe	7
Gremien	8
Leitbild des BHV/Ehrenpersonen	9
Sitzungstermine	10
Aus dem Verband	12
Verbandsgeschehen	12
Finanzen	22
Haushaltsrechnung	22
Rechnungsprüfung	24
Marketing	26
Marketingmaßnahmen - Wilde & Partner Communications GmbH	26
Marketingmaßnahmen - Bayern Tourismus Marketing GmbH	32
Verbandpolitische Pressearbeit	38
Zahlen. Daten. Fakten	39
Mineral- und Moorheilbäder, Orte mit Heilquellen- oder Peloidkurbetrieb	39
Kneippkurorte und Kneippheilbäder	40
Heilklimatische Kurorte und Luftkurorte	40
Übernachtungen und Gästeankünfte	41
Fallzahlen	42
Ausblick auf das Jahr 2023	43
Aktivitäten und Themen im Verband und im Marketing	
Impressum	55



Der Bayerische Heilbäder-Verband e.V. wurde am 1. März 1948 gegründet und ist somit der älteste Regionalverband im deutschen Bäderwesen. Er vereint aktuell 78 Heilbäder, Kurorte und Kurbetriebe unter seinem Dach und vertritt die Interessen seiner Mitglieder gegenüber Parlamenten, Ministerien, Kostenträgern und sonstigen Institutionen in Deutschland und auf europäischer Ebene. Ein wichtiges Ziel des Bayerischen Heilbäder-Verbandes e.V. ist die Förderung der Gesundheit der Bevölkerung durch

qualifizierte Kuren, Präventions- und Rehabilitationsmaßnahmen sowie durch gesundheitsbetonte Urlaubsprogramme. Seit seiner Gründung kümmert er sich deshalb um das entsprechende Marketing im In- und Ausland. Der Verband engagiert sich außerdem dafür, dass die natürlichen Heilmittel und traditionellen Naturheilverfahren Qualitätspeiler des Gesundheitsangebotes in den bayerischen Heilbädern und Kurorten bleiben.





Vorwort



Peter Berek,

Vorsitzender des Bayerischen
Heilbäder-Verbandes

Sehr geehrte Mitglieder, liebe Freunde und Förderer des Bayerischen Heilbäder-Verbandes,

selten zuvor hat der Bayerische Heilbäder-Verband ein Jahr erlebt wie 2022. Es war eine Achterbahnfahrt, mit massiven Problemen aufgrund der Covid-19-Pandemie, mit zusätzlichen finanziellen Belastungen durch die Energie-Krise, aber auch mit Lichtblicken, auf die wir als Verband stolz sein können. Und mit unserem Highlight aus 2022 möchte ich diesen Rückblick beginnen. Denn wir haben bewiesen, dass unsere Kurorte und Heilbäder auch in schwierigen Zeiten innovativ sind, und neue Projekte und Präventionsangebote schaffen. Im Sommer 2022 haben wir die ersten 16 Kur- und Heilwälder in 13 bayerischen Kurorten zertifiziert. Mit der Übergabe der Zertifikate in Bad Wörishofen haben wir unser gemeinsames Pilotprojekt „Wald und Gesundheit“ mit der Ludwig-Maximilians-Universität München (LMU) abgeschlossen. Die Zertifikate überreichte Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger. Das Projekt ist bundesweit einmalig. Denn die Ludwig-Maximilians-Universität erarbeitete in dreijähriger Arbeit unter Beteiligung des BHV und von 15 Pilotorten ein Handbuch für die Zertifizierung. Nach den darin festgelegten Kriterien können künftig auch Waldbesitzer, Gesundheitsbetriebe oder Nicht-Kurorte Wälder zertifizieren lassen. Das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie förderte das Projekt mit 347.605 Euro. Für uns als Bayerischer Heilbäder-Verband ist das Projekt „Wald und Gesundheit“ ein Meilenstein in der Prävention. Wir erweitern damit unsere ohnehin starke medizinisch-therapeutische Kompetenz um ein zeitgemäßes, wissenschaftlich-fundiertes Prädikat. Mit der Zertifizierung ist das Thema Wald und Gesundheit aber noch längst nicht abgeschlossen. Denn wir haben bereits Interessenten für weitere Kur- und Heilwälder. Bedeutsam ist, dass wir als Bayerischer Heilbäder-Verband künftig für die Zertifizierung zuständig und alleiniger Ansprechpartner sind. Der BHV vergibt in Zukunft nach erfolgreicher Prüfung das Zertifikat und auch das Qualitätssiegel „Wald Gesundheit.“ Für die Umsetzung der Zertifizierungsprüfung haben wir einen Kooperationsvertrag mit dem Kompetenzzentrum für Waldmedizin und Naturtherapie in Bad Wörishofen geschlossen. Dort findet auch die Ausbildung zum Wald-Gesundheitstrainer und Wald-Therapeuten statt – beides Voraussetzungen für eine Zertifizierung. Die Fortbildungen und Ausbildungen sind voll im Gange. Darauf sind wir sehr stolz! Die 2022 zertifizierten Kurorte mit Kur- und/oder Heilwäldern sind Bad Wörishofen, Bad Füssing, Bad Kötzing, Bad Alexandersbad, Bad Bayersoien, Bad Berneck, Bad Birnbach, Bad Neualbenreuth, Bad Reichenhall, Bischofsgrün, Pfronten, Treuchtlingen und Weißenstadt. Mein herzlicher Dank gilt allen Beteiligten und insbesondere unserer Projektleiterin Gabriella Squarra.

Prävention. Rehabilitation und medizinische und therapeutische Kompetenz – das zeich-



net unsere Kurorte und Heilbäder aus. Doch selten zuvor waren die Rahmenbedingungen so schlecht wie in den vergangenen, von Corona geprägten Jahren. Zur Erinnerung: Im Juni 2021 wurde die Kur zur Pflichtleistung. Eigentlich eine erfreuliche Gesetzesänderung, um die wir vehement und erfolgreich gekämpft haben. Doch was erleben wir? Die gesetzlichen Krankenkassen lehnen die Kuren weiterhin ab, bei den Hausärzten ist das Thema noch nicht überall angekommen.

Im Jahr 2022 wurden bayernweit nur mehr 11.455 Kuren abgerechnet. Das ist – auch pandemiebedingt – mehr als im Vorjahr, doch längst nicht zufriedenstellend.

Wir werden unseren Einsatz für mehr Prävention und einen Paradigmenwechsel in der Gesundheitspolitik fortsetzen – weg von einer Reparaturmedizin, hin zu einer echten Prävention. Dazu müssen die politischen Rahmenbedingungen passen. Aus diesem Grund sind wir im regelmäßigen Austausch mit der Politik. In Berlin organisiert das unser Hauptstadtbüro mit Caroline Geiser, der wir sehr herzlich für ihren Einsatz danken. Sie hat für uns schon zahlreiche Gespräche mit politischen Entscheidungsträgern organisiert. In Bayern sind wir froh, dass wir mit unserem Ehrenvorsitzenden, dem bayerischen Gesundheitsminister Klaus Holetschek, einen aktiven Fürsprecher für die Heilbäder und Kurorte am Kabinetttisch haben. So haben wir einen direkten Draht zur Bayerischen Staatsregierung. Dieser Austausch war 2022 dringend nötig. Ich möchte jetzt nicht alle Probleme, mit denen wir 2022 stark zu kämpfen hatten, im Detail erläutern. Beispielfhaft seien aber erwähnt:

- Die langanhaltende 2-G-plus-Regel in den Bädern und Thermen, inklusive einer maximalen Auslastung von 25 Prozent, was einen wirtschaftlichen Betrieb unmöglich machte

- Die drohenden Nachzahlungen der Umsatzsteuer aufgrund eines Urteils des Bundesfinanzhofes aus dem Jahr 2017. Dazu hatten wir auf unserer Frühjahrstagung 2022 in Bad Brückenau eine Resolution verfasst. Für die Jahre 2018 bis 2021 drohten den bayerischen Kurorten und Heilbädern allerdings hohe Nachzahlungen, sie liegen nach einer verbandsinternen Umfrage bei über 10 Millionen Euro.
- Die ungleiche Behandlung bei der Anwerbung ausländischer Arbeitskräfte, die unsere Betriebe dringend benötigten. Während die Bundesregierung hier Ausnahmen für Flughäfen genehmigte, ließ sie die übrigen Branchen im Stich.
- Die unfassbare Entscheidung der Bundesnetzagentur, Thermalbäder als Freizeiteinrichtungen einzustufen. Die Folge: Bei einer Gasmangellage würden sie nicht mehr mit Gas versorgt werden und müssten komplett heruntergefahren werden. Wir schickten deshalb Brandbriefe an die Bundesnetzagentur und das Bundeswirtschaftsministerium mit der Forderung, das zu ändern und die Thermen als geschützte Kunden nach „SoS-Verordnung“ (2017/1938) einzustufen
- Die schwierige finanzielle Lage der Reha-Kliniken. Sie sind ein Herzstück der Rehabilitation in den bayerischen Heilbädern und Kurorten. Wir forderten die Bundesregierung und alle Kostenträger auf, schnellstmöglich die Existenz der Reha-Kliniken zu sichern. Dazu gehört auch eine Anpassung der Pflegesätze angesichts gestiegener Kosten für Personal, Energie und bei den Sachkosten.

Zu guter Letzt mussten wir beim Heilbädertag in Bad Aibling einmal mit drastischen Worten auf die massiven Preissteigerungen im Energiesektor hinweisen. Ganz bewusst haben wir von „der größten politischen Katastrophe in der Geschich-





te der bayerischen Heilbäder und Kurorte“ gesprochen. Wir mussten die Politik wachrütteln und uns deutlich Gehör verschaffen. Denn unsere Kurorte und Heilbäder, die Kurbetriebe und andere Einrichtungen standen vor massiven Preissteigerungen bei Strom und Gas. Es drohten nicht nur Schließungen von Thermen oder anderen Betrieben, sondern auch die Zerschlagung von gewachsenen Strukturen im ländlichen Bayern, der Verlust von Arbeitsplätzen, und letztendlich ein massiver Schaden im Gesundheitswesen, der nicht mehr zu reparieren ist. Und die Bundesregierung kam nicht in die Gänge. Inzwischen hat sich die Lage etwas entspannt, doch die Preissteigerungen sind nach wie vor massiv.

Sie merken also: Es war ein bewegtes, ein stürmisches Jahr. Wir sind dennoch weiter zuversichtlich. Ich weiß, dass wir im Vorstand des Bayerischen Heilbäder-Verbandes auf unsere Mitglieder setzen können. Wir setzen bundesweit Zeichen in der Digitalisierung – nicht nur mit unserem erfolgreichen Gesundheitsfinder, sondern auch mit dem neuen Symptomchecker, der 2023 in Verbindung mit weiteren digitalen Angeboten Maßstäbe setzen wird. Wir treiben unsere Projekte „Wald Gesundheit“, den allergikerfreundlichen Urlaub und den PflegePREVENT weiter voran. Unsere Orte entwickeln neue Projekte in der Prävention. Dazu gehören auch schon Behandlungskonzepte für Long-Covid-Patienten.

Nach einem so bewegten Jahr 2022 will ich in verstärkter Form DANKE sagen. An unseren Ehrenvorsitzenden, den ehemaligen Gesundheitsminister Klaus Holetschek für seinen Einsatz und seine Verbundenheit mit dem BHV. Ein herzlicher Dank geht auch an seinen Kabinettskollegen, Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger, ebenso an die Amtschefin des Bayerischen Wirtschaftsministeriums Dr. Ulrike Wolf, Abteilungsleiter Rudolf Escheu, Referatsleiter Dr. Peter Hauer und Bernd Wagner aus dem Wirtschaftsministerium sowie Elisabeth Nordgauer-Ellmaier und Julia Daubner aus dem Gesundheitsministerium.

Ich bedanke mich bei unserem Geschäftsführer des Verbandes Thomas Jahn, unserer engagierten Leiterin der Geschäftsstelle Manuela Brodinger und meinen Kolleginnen und Kollegen im Vorstand. Wertvolle Unterstützung ist für uns auch unser ärztlicher Berater Dr. Christian Alex für seine fachkundige medizinische Beratung und seine Unterstützung auf Messen. Herzlichen Dank auch an Frank Peters für seine Arbeit als Vorsitzender des Marketing-Ausschusses und an Werner Angermüller als Vorsitzenden der Preiskommission. Für die professionelle Zusammenarbeit bedanke ich mich bei der Bayern Tourismus Marketing GmbH, insbesondere bei Geschäftsführerin Barbara Radomski, Meike Winter und Kristina Kühnl sowie bei der PR Agentur Rosi Raab.

Hoffen wir gemeinsam, dass die Pandemie-Zeiten endgültig der Vergangenheit angehören. Setzen wir uns weiter gemeinsam für die Prävention und einen Paradigmenwechsel in der Politik ein. Und arbeiten wir gemeinsam an der Zukunft der bayerischen Heilbäder und Kurorte. Ich bin mir sicher: Wir sind auf dem richtigen Weg!

Peter Berek
Landrat, Vorsitzender des
Bayerischen Heilbäder-Verbandes



Mitglieder 2022



✓ Allgäu/Bayerisch Schwaben

Kommunen:	Fischen Füssen Bad Grönenbach Bad Hindelang Krumbach Oberstaufen Oberstdorf Ottobeuren Oy-Mittelberg Pfronten Scheidegg Bad Wörishofen
Betriebe:	Heilbad Krumbad GmbH, Krumbach

✓ Oberbayern

Kommunen:	Bad Aibling Bad Bayersoien Bad Endorf Bad Feilnbach Garmisch-Partenkirchen Bad Heilbrunn Bad Kohlgrub Prien am Chiemsee Bad Reichenhall/Bayerisch Gmain Bad Wiessee Bad Tölz
Betriebe:	Chiemgau Thermen GmbH, Bad Endorf Medical Park Bad Feilnbach Reithofpark Medical Park Bad Wiessee St. Hubertus Adelholzener Alpenquellen GmbH, Siegsdorf Rupertus Therme - Bayerisches Staatsbad Bad Reichenhall Kur-GmbH Heilstollen Berchtesgaden GmbH, Berchtesgaden

✓ Ostbayern

Kommunen:	Bad Abbach Bad Birnbach Eging a.See Bad Füssing Bad Gögging Bad Griesbach Bad Kötzing Bodenmais Bad Neualbenreuth Kirchham
------------------	---

Betriebe:	Asklepios Klinikum, Bad Abbach Kaiser-Therme, Bad Abbach Rottal Terme, Bad Birnbach Therme 1 mit Saunahof, Bad Füssing Europa Therme, Bad Füssing Johannesbad Fachklinik und Therme, Bad Füssing Waldburg-Zeil Kliniken - Klinik Niederbayern, Bad Füssing Limes-Therme, Bad Gögging Römerbad Kliniken, Bad Gögging Fachklinik St. Lukas, Bad Griesbach Wohlfühl-Therme, Bad Griesbach Sibyllenbad, Bad Neualbenreuth Historisches Besucherbergwerk Bodenmais BHS GmbH Vereinigung der Selbstständigen Physiotherapeuten Bad Füssing - Bad Griesbach - Bad Birnbach e.V.
------------------	---

✓ Franken

Kommunen:	Bad Alexandersbad Bad Berneck Bischofsgrün Bad Bocklet Bad Brückenau Stadt und Staatsbad Bad Kissingen Bad Königshofen Bad Neustadt Bad Rodach Bad Staffelstein Bad Steben Treuchtlingen Weißenstadt Bad Windsheim
Betriebe:	Lohengrin Therme, Bayreuth Kurhaus, Bad Bocklet Malteser Klinik von Weckbecker, Bad Brückenau Obermain Therme, Bad Staffelstein Altmühltherme, Treuchtlingen Franken-Therme, Bad Windsheim Zweckverband Teufelhöhle, Pottenstein Bundesverband Osteopathie e.V. – BVO, Bad Alexandersbad Osteopathisches Kinder-Zentrum Filumi – Bad Alexandersbad Therme Bad Steben - Bayerisches Staatsbad Bad Steben GmbH





Vorstand



Marketingausschuss



Preiskommission



Rechnungsprüfer

Vorstandschaft

Vorsitzender:

Landrat Peter Berek, Bad Alexandersbad

Stellvertretender Vorsitzender:

Tobias Kurz, Bad Füssing

Schatzmeister:

Thomas Beck, Bad Bocklet

Beisitzer:

Sepp Barth, Bad Kötzing

Max Hillmeier, Bad Hindelang

Dr. Christoph Lung, Bad Reichenhall

Michael Gerber, Garmisch-Partenkirchen*

Constanze Höfinghoff, Oberstaufen (bis November 2022)

Cathrin Herd, Bad Wörishofen (ab November 2022)*

Geschäftsführer:

Thomas Jahn, Bad Aibling

Marketingausschuss

Vorsitzender:

Frank Peters, Oberammergau

Stellvertretende Vorsitzende:

Sylvie Thormann, Bad Kissingen*

Beisitzer:

Dieter Weinzierl, Bad Griesbach

Petra Nocker, Bad Wörishofen (bis April 2022)

Dr. Brigitte Schlögl, Bad Reichenhall (bis März 2022)

Stefan Fredlmeier, Füssen

Anne Maria Schneider, Bad Staffelstein*

Daniela Leipelt, Bad Füssing

Marina Boll, Scheidegg (ab November 2022)*

Florian Becker, Bad Reichenhall (ab November 2022)*

Preiskommission

Vorsitzender:

Werner Angermüller

Stellvertretender Vorsitzender:

Ottmar Lang, Bad Steben

Beisitzer:

Hans-Josef Stich, Bad Staffelstein*

Barbara Hasenberger, Bad Füssing

Franz Bauer, Bad Gögging*

Karl Zettl, Bad Gögging

Dietolf Hämel, Bad Endorf*

Rechnungsprüfer

Viktor Gröll, Bad Birnbach

Astrid Rundler, Bad Gögging (bis Juni 2022)

Franz Mühldorfer, Kirchham (ab November 2022)*

* nicht auf dem Bild



Das Leitbild des BHV

Der BHV steht mit seiner jahrzehntelangen Erfahrung im Kur- und Bäderwesen, traditionellen Heilmethoden und der Kompetenz in Gesundheitsfragen für **ZUVERLÄSSIGKEIT** und **GLAUBWÜRDIGKEIT**. Gesundheit in den besten Händen: Die prädikatisierten Heilbäder und Kurorte sowie die qualitätsgeprüften Gesundheitsangebote spiegeln die **VERTRAUENSWÜRDIGKEIT** des Verbandes wider.

MISSION

Bewahrung und Förderung der Gesundheitskompetenz der Kurorte;
Innovationstreiber im modernen Gesundheitstourismus

WERTE

Glaubwürdigkeit
Vertrauenswürdigkeit
Zuverlässigkeit

VISION

Leitorganisation der bayerischen Gesundheitswirtschaft
Benchmark im deutschsprachigen Raum

Ehrenpersonen

Ehrenvorsitzender

Walter Rundler, Bad Kissingen
Klaus Holetschek, Memmingen

Ehrenmitglieder

Hans-Wolfgang Städtler, Herrieden
Walter Grath, Oberstaufen
Herbert Fischhaber, Bad Wiessee - verstorben 14.09.2023
Sepp Höfer, Großholzhausen
Alois Brundobler, Bad Füssing
Rudolf Weinberger, Bad Griesbach
Ernst A. Stapfer, Passau

Inhaber der Ehrenmedaille

Walter Besler, Ofterschwang
Detlev Janetzek, Nürnberg
Dr. Herbert Pfisterer,
Bischofswiesen – verstorben 05.12.2022
Ernst Wittmann, Bischofswiesen
Heinz Egginger, Malching - verstorben 26.01.2022
Prof. Dr. Dr. Dipl.-Phys. Jürgen Kleinschmidt, München
Werner Büchele, Bad Wörishofen
Gabriella Squarra, Bad Reichenhall
Peter Höß, Bad Wiessee





Sitzungstermine

Vorstand

27.01.2022

Vorstandssitzung in München

09.03.2022

Vorstandssitzung in München

04.04.2022

interne Vorstandssitzung in Bad Brückenau

02.06.2022

Vorstandssitzung in Krumbach

28.07.2022

Vorstandssitzung in Garmisch-Partenkirchen

29.09.2022

Vorstandssitzung in Kirchham

24.11.2022

interne Vorstandssitzung in Bad Aibling

Marketingausschuss

12.01.2022

Marketingausschuss Digital

08.02.2022

Marketingausschuss Digital

24.05.2022

Marketingausschuss Digital

08.09.2022

Marketingausschuss Digital

20.10.2022

Marketingausschuss München

24.11.2022

Marketingausschuss Bad Aibling

12.12.2022

Marketingausschuss Digital

Preiskommission

16.03.2022

Vorbereitung der Preisverhandlungen in Bad Füssing

Gespräche zur Preisverhandlung der Rahmenverträge mit den Krankenkassen:

12.05.2022 - 1. Verhandlungsrunde

im Bayerischen Wirtschaftsministerium in München.

06.07.2022 - 2. Verhandlungsrunde

im Bayerischen Wirtschaftsministerium in München.

21.07.2022 - 3. Verhandlungsrunde

im Bayerischen Wirtschaftsministerium in München.

26.10.2022 - 4. Verhandlungsrunde

im Bayerischen Wirtschaftsministerium in München.



Impressionen aus den Sitzungen





RESOLUTION - Verabschiedet auf der Frühjahrstagung des Bayerischen Heilbäder- Verbandes am 5. April 2022 in Bad Brückenau



Die Mitglieder des Bayerischen Heilbäder-Verbandes fordern eine zügige Reform der Umsatzsteuer und angesichts drohender Steuernachzahlungen in Millionenhöhe eine sofortige Lösung durch den Bund. Die Vertreterinnen und Vertreter aus 48 bayerischen Heilbädern und Kurorten appellieren an die Bayerische Staatsregierung, dringend weitere Initiativen über die Länder und den Bundesrat zu ergreifen.

Zum Hintergrund:

2017 hatte der Bundesfinanzhof entschieden, dass Kurortgemeinden für Investitionen in Einrichtungen, die nicht nur für Kurgäste, sondern öffentlich zugänglich sind, entgegen bis dahin geltender Auffassung keinen Vorsteuerabzug vornehmen dürfen. Betroffen davon sind vor allem Anschaffungs-, Herstellungs- und Unterhaltskosten von öffentlich zugänglichen Plätzen und Kurparks. Das Bundesfinanzministerium setzte dieses Urteil am 18. Januar 2021 um. Nicht geklärt war zunächst noch die zeitliche Anwendung der neuen Rechtslage bezüglich der Investitionen der Jahre 2017 und früher. Auf Initiative Bayerns und Mecklenburg-Vorpommerns beschloss die Finanzministerkonferenz der Länder, dass die Kurortgemeinden für diese Altinvestitionen nicht mit Nachzahlungen belastet werden sollen. Dies muss jetzt das Bundesfinanzministerium umsetzen.

Doch eine Lösung ist mit diesem Schritt längst noch nicht erreicht. Allein für die Jahre von 2018 bis 2021 drohen den bayerischen Kurorten und Heilbädern hohe Nachzahlungen. Sie liegen nach einer ersten verbandsinternen Umfrage bei über 10 Millionen Euro. Das bedroht die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit der Heilbäder und Kurorte. Investitionen sind damit nicht mehr zu leisten.

Die bayerischen Heilbäder und Kurorte wurden durch die Corona-Pandemie schwer getroffen. Zwei Lockdowns und massive Zugangsbeschränkungen durch die Corona-Regeln stellen die Betreiber von Bädern und Thermen vor massive finanzielle Probleme. Hinzu kommen jetzt die steigenden Energiepreise.

Die Mitglieder des Bayerischen Heilbäder-Verbandes fordern deshalb:

- Es darf keine Steuernachzahlungen für die Jahre 2018 bis 2021 geben. Schon angesichts der Corona-Pandemie und der dadurch entstandenen wirtschaftlichen Schäden können die Kommunen diese Nachzahlungen nicht leisten.
- Wir fordern das Bundesfinanzministerium auf, das Urteil des Bundesfinanzhofs zugunsten der betroffenen Heilbäder und Kurorte auszulegen und jeglichen diesbezüglichen Spielraum auszunutzen.



- Für die Zukunft müssen die Gesetze so geändert werden, dass ein Vorsteuerabzug für alle Investitionen der Heilbäder und Kurorte in ihre Infrastruktur ermöglicht wird. Begründung: Investitionen sind notwendig, um die Prädikatisierung als Heilbad oder Kurort zu halten oder zu erlangen. Heilbäder und Kurorte sind auf die Prädikatisierung angewiesen. Sie leben vom Gesundheitstourismus, in vielen Kommunen vor allem im ländlichen Raum gibt es kaum Einnahmen aus der Gewerbesteuer.

Wir erwarten vom Bund schnellstmöglich Lösungen. Der Bayerischen Staatsregierung danken wir für die bisherigen Initiativen ausdrücklich und bitten dringend um weitere Unterstützung. Alleine die Kompensation der anstehenden Nachzahlungen muss auch im Interesse des Freistaates sein. Denn die bayerischen Heilbäder und Kurorte stehen für eine Bruttowertschöpfung von 5 Milliarden Euro und für 100.000 Arbeitsplätze im ländlichen Raum. Jede vierte touristische Übernachtung im Freistaat findet in einem Heilbad oder Kurort statt. Wir sind deshalb ein starker Pfeiler in der Wirtschaft und im Tourismus. Diese Stellung sehen wir durch die Umsatzsteuer-Regelung massiv bedroht.



Der BHV-Vorsitzende Peter Berek und BHV-Geschäftsführer Thomas Jahm

Bayerischer Heilbäder-Verband schlägt Alarm:

Lage der Reha-Kliniken besorgniserregend

Der Bayerische Heilbäder-Verband fordert die Bundesregierung und alle Kostenträger auf, schnellstmöglich die Existenz der Reha-Kliniken zu sichern. Die Reha-Kliniken fürchten um ihre Existenz und fühlen sich von der Bundesregierung im Stich gelassen. Die gesamte Branche ist in größter Not und braucht dringend Entlastung. Die Bundesregierung und die Kostenträger müssen die Reha-Kliniken jetzt unverzüglich finanziell absichern. Nicht nur, weil es um Tausende von Arbeitsplätzen geht. Es geht auch um die Gesundheit der Bevölkerung, um Rehabilitation und Prävention. Beides Themen, die angesichts von Corona noch nie so aktuell waren wie heute.





Wald und Gesundheit



► Anlässlich der Veröffentlichung des Handbuchs zur Entwicklung von zertifizierten Kur- und Heilwäldern in Bayern die Autorinnen von links Dipl. Ing. Eva Robl, Dr. Gisela Immich und Prof. Dr. Dr. Angela Schuh von der Ludwig-Maximilians-Universität mit dem BHV-Vorsitzenden Peter Berek, Prof. Eberhard Volger und Ute Ammerpohl vom Kompetenzzentrum und Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger / Foto BHV

In Bayern gibt es ab sofort zertifizierte Kur- und Heilwälder in 13 Kurorten. Der Bayerische Heilbäder-Verband (BHV) und die Ludwig-Maximilians-Universität München (LMU) schlossen ihr Pilotprojekt „Wald und Gesundheit“ am Montag (18. Juli) in Bad Wörishofen mit der Übergabe der Zertifikate durch Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger ab. Das Projekt ist bundesweit einmalig. Denn die Ludwig-Maximilians-Universität erarbeitete in dreijähriger Arbeit unter Beteiligung des BHV und von 15 Pilotorten ein Handbuch für die Zertifizierung. Nach den darin festgelegten Kriterien können künftig auch Waldbesitzer, Gesundheitsbetriebe oder Nicht-Kurorte Wälder zertifizieren lassen. Das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie förderte das Projekt mit 347.605 Euro.

Für den Bayerischen Heilbäder-Verband sei das Projekt „Wald und Gesundheit“ ein Meilenstein in der Prävention. Die medizinisch-therapeutische Kompetenz wird um ein zeitgemäßes, wissenschaftlich-fundiertes Prädikat erweitert. Mit der

Zertifizierung von 16 Kur- und Heilwäldern in 13 Orten ist das Thema Wald und Gesundheit für den Verband noch längst nicht abgeschlossen. Der BHV vergibt in Zukunft nach erfolgreicher Prüfung das Zertifikat und auch das Qualitätssiegel „Wald Gesundheit.“ Für die Umsetzung der Zertifizierungsprüfung schließt der Verband einen Kooperationsvertrag mit dem Kompetenzzentrum für Waldmedizin und Naturtherapie in Bad Wörishofen. Dort findet auch die Ausbildung zum Wald-Gesundheitstrainer und Wald-Therapeuten statt – beides Voraussetzungen für eine Zertifizierung.

Kurorte mit Kur- und/oder Heilwäldern sind Bad Wörishofen, Bad Füssing, Bad Kötzing, Bad Alexandersbad, Bad Bayer-soien, Bad Berneck, Bad Birnbach, Bad Neualbenreuth, Bad Reichenhall, Bischofsgrün, Pfronten, Treuchtlingen und Weißenstadt. Im Rahmen des Projektes wurden 29 Wald-Gesundheitstrainer/innen und 16 Waldtherapeuten am Kompetenzzentrum für Waldmedizin und Naturtherapie (Bad Wörishofen) weitergebildet.



Für Allergiker qualitätsgeprüfte Kurorte Bad Füssing erneut für Allergiker qualitätsgeprüft



► Brigitte Steidele - Dritte Bürgermeisterin der Gemeinde Bad Füssing und Bad Füssings Kur- & Tourismusmanagerin Daniela Leipelt (2. u. 3. v.r.) freuen sich mit BHV-Projektleiterin Anja Bode (6.v.r.) und den Betrieben über die Auszeichnung Für Allergiker qualitätsgeprüft, © Rudolf G. Maier

Bad Füssing wurde erneut mit dem Prädikat „Für Allergiker qualitätsgeprüfter Kurort“ ausgezeichnet. 21 Übernachtungsbetriebe dürfen sich für weitere drei Jahre Für Allergiker qualitätsgeprüft nennen. Sie halten über 1.400 zertifiziert allergikerfreundliche Betten für Gäste mit Allergien bereit. Auch

drei Restaurants, eine Bäckerei und ein Lebensmittelmarkt wurden wieder mit dem Siegel des Bayerischen Heilbäder-Verbandes e.V. (BHV) ausgezeichnet. TÜV Rheinland prüfte wie immer die Einhaltung der Kriterien.

Bad Aibling erneut für Allergiker qualitätsgeprüft



► Neue Zertifikate für den frisch rezertifizierten Für Allergiker qualitätsgeprüften Kurort Bad Aibling gab es für Bürgermeister Stephan Schlier und Kurdirektor Thomas Jahn (vorn 4.u.5.v.li.) und die allergikerfreundlichen Betriebe von BHV-Projektleiterin Anja Bode (hi 2.v.li.), © AIB-KUR GmbH & CO KG

4 Hotels, 9 Ferienwohnungsbetriebe, 5 Lebensmittelgeschäfte, 2 Cafés und 8 Restaurants bilden das allergikerfreundliche Netzwerk, das Allergikern und ihren Mitreisenden beste Voraussetzungen für einen möglichst beschwerdefreien Urlaub in Bad Aibling bietet. Im Rahmen der turnusmäßigen Folgezertifizierung wurden alle Betriebe von der AIB-KUR GmbH

oder von TÜV Rheinland begangen und vom Bayerischen Heilbäder-Verband geschult. Alle erforderlichen Kriterien wurden erfüllt, so dass der Bayerische Heilbäder-Verband die Zertifizierung vornehmen konnte. Damit sind das Moorheilbad im Ganzen sowie die einzelnen Betriebe für weitere drei Jahre mit dem Siegel „Für Allergiker qualitätsgeprüft“ ausgezeichnet.





BHV Gütesiegelerwerb in Bad Füssing

Vorbildliche Gesundheitsförderung am Kurort

Um die Gesundheit von Körper, Geist und Seele ganzheitlich zu fördern, wird die ambulante Vorsorgeleistung (offene Badekur) in Bayern durch verhaltenspräventive Maßnahmen der Gesundheitsförderung unterstützt. Die Gesundheitsförderung ist zu einem selbstverständlichen Element der ambulanten Kur in Bayern geworden. Das Gütesiegel für die „Vorbildliche Gesundheitsförderung am Kurort“, das im Rahmen einer mehrtägigen Weiterbildung erworben werden kann ist bereits an rund 48 bayerische Kureinrichtungen und 43 Institutionen verliehen worden. Es ist das anerkannte Garantiezeichen für höchstmögliche Qualität in der ambulanten Kur in Bayern und steht für bewährte, erfolgreiche Konzepte der Prävention und Gesundheitsförderung in den bayerischen Heilbädern und Kurorten.

Vom 04.-05.11.2022 haben 6 neue Interessenten aus 5 Betrieben am ersten Teil des Gütesiegelerwerbes in Bad Füssing teilgenommen.

Das Gütesiegel ist zentraler Bestandteil innovativer, indikationsbezogener Kurkonzepte für gesetzlich Versicherte und den Privatgast und gilt als Voraussetzung für die vollständige Abrechnung der gesundheitsfördernden Seminare im Rahmen der ambulanten Kur mit den gesetzlichen Krankenkassen.

Zum Gütesiegel gehören ebenfalls hochqualifizierte, kontrollierte Selbstzahlerangebote im Bereich der Prävention, der Gesundheitsförderung und der Gesundheitspauschalen sowie ein qualifiziertes, kompetentes Seminarangebot in den Bereichen Entspannung, Bewegung, Raucherentwöhnung sowie verhaltenstherapeutische und praktische Ernährungsberatung für Kurgäste und Privatzahler.

Die Qualität der Leistungen im Rahmen des Gütesiegels werden regelmäßig überprüft und kontrolliert. Dieses gesundheitsfördernde Angebot im Rahmen der ambulanten Kur ist in diesem Umfang, dieser Kompetenz und Qualität nur in Bayern zu finden und allen Kurgästen deutschlandweit zugänglich.



▲ Auf dem Foto von links:

- MA Franziska Solger-Heinz**
(Gesundheitspädagogin, Referentin)
- Gerhard Winklhofer**
(Referent & Dozent, Organisator Gütesiegelerwerb)
- Markus Kleuderlein**
(Leitung Therapiezentrum, Obermain Therme Bad Staffelstein)
- Doreen Manß**
(Tourist Information Bad Brückenau)
- Monika Josiger**
(Leiterin Marketing und Tourismus, Markt Bad Steben / Bayer. Staatsbad)
- Julia Schmitt**
(Gesundheitslotsin, Bayer. Staatsbad Bad Kissingen)
- Nils Stoye**
(Kurmittelhaus Sibyllenbad, Neualbenreuth)
- Ines Köckert**
(Kurmittelhaus Sibyllenbad, Neualbenreuth)



Fortbildung

Die neuen Angebotsthemen Waldbaden und Waldtherapie im Rahmen der Gesundheitsvorsorge für Bayerische Kurorte und das Thema „Für Allergiker qualitätsgeprüft“ waren zentraler Bestandteil der Fortbildung am 11.11.2022 in Bad Füssing.

17 Teilnehmer*innen aus verschiedenen Bayerischen Heilbädern und Kurorten folgten der Einladung des Bayerischen Heilbäder-Verbandes zu einer Fortbildung der Gütesiegelinhaber für die Vorbildliche Gesundheitsförderung am Kurort. Dieses Gütesiegel berechtigt individuelle Maßnahmen der Gesundheitsförderung im Rahmen ambulanter Vorsorgeleistungen anzubieten und mit den Krankenkassen abzurechnen. Zum Erhalt des Gütesiegels werden regelmäßig Fortbildungen zu aktuellen Themengebieten in Bad Füssing angeboten. Fortbildungsleiter Gerhard Winklhofer unterstrich die Wichtigkeit der kontinuierlichen Weiterbildung der Leistungserbringer in den Bereichen Gesundheitsförderung und Prävention in den Heilbädern und Kurorten.

Anja Bode gab als Projektleiterin des BHV Einblicke in die Zertifizierungskriterien des „Für Allergiker qualitätsgeprüften“ Kurortes, einem weiteren Gütesiegel des BHV. Vielfältige Maßnahmen kommen den für Allergiker qualitätsgeprüften Mitgliedsorten und ihren Betrieben zugute. Der BHV lässt seine allergikerfreundlichen Heilbäder und Kurorte vom TÜV Rheinland prüfen und vergibt danach das Siegel, das den Gästen signalisiert, dass der Kurort ein nach den Kriterien des Bayerischen Heilbäder-Verbandes e.V. zertifizierter Urlaubsort ist, der eine umfassende Infrastruktur allergikerfreundlicher Angebote entlang der gesamten touristischen Servicekette bietet.

Im Anschluss präsentierte Gabriella Squarra den Teilnehmern*innen die heilsame Wirkung des Waldes. In einem neuen Kooperationsprojekt des Bayerischen Heilbäder-Verbandes und der Ludwig-Maximilians-Universität München wurden in den letzten 3 Jahren neue Konzepte und spezialisierte Angebote zur Waldtherapie und Waldgesundheit entwickelt. Die örtlichen Kurwälder können nun als ausgewiesene Heilwälder für unterschiedliche Angebote der Gesundheitsförderung, Prävention und Therapie genutzt werden. Eine Zertifizierung als waldtherapeutischer Kurort mit Heilwald ist nur unter besonderen Kriterien der LMU München möglich. Bad Füssing hat sich daher als einer der Projektorte angeschlossen und aktiv beteiligt und wird auf Basis der erlangten Heilwald-Zertifizierung künftig auch waldtherapeutische Angebote zur Gesundheitsförderung und Prävention in das Kursprogramm des Kurortes integrieren.

Danach standen die Themen Waldbaden und Waldtherapie im Rahmen der Gesundheitsförderung unter Leitung von Waldtherapeutin und Gesundheitspädagogin Franziska Solger-Heinz im Fokus. Nach theoretischen Informationen über das neu zertifizierte Kur- und Heilwaldareal in Bad Füssing und die jeweiligen Kurs- und Konzeptplanungen mit verschiedensten Netzwerkpartnern in Bad Füssing, stand das praktische Eintauchen ins Waldbaden auf dem Programm.





CSU-Parteitag am 30.4. und 29.10.2022



Impressionen





FDP-Parteitag am 12.11.2022





Grünen-Parteitag am 24.09.2022



Impressionen





Sitzung der Preiskommission des BHVs in der Europa Therme Bad Füssing



Auf dem Foto von links:
Barbara Hasenberger (Werkleiterin Europa Therme Bad Füssing), Marcus Troidl (1. Vorstand des VDB-Physiotherapieverband), Ottmar Lang (stv. Vorsitzender Preiskommission, Geschäftsführer Bayerisches Staatsbad BadSteben), Tobias Kurz (Bürgermeister Bad Füssing), Franz Bauer (Werkleiter Limestherme Bad Gögging), Werner Angermüller (1. Vorsitzender Preiskommission, Kurdirektor Bad Königshofen), Kevin Helmberger (Leiter Geschäftsstelle VDB-Physiotherapieverband), Stefan Speiser (Vereinigung Selbstständiger Physiotherapeuten), Hans-Josef Stich (Werkleiter Obermain Therme Bad Staffelstein), Karl Zettl sen. (Römerbad Klinik Bad Gögging)

Am 16.03.2022 trafen sich die Mitglieder der Preiskommission des Bayerischen Heilbäder-Verbandes zu ihrer jährlichen Sitzung, sowie zu einem Informationsaustausch in der Europa Therme. Zu Gast an diesem Treffen waren Namhafte Persönlichkeiten aus Ostbayern. Bürgermeister Tobias Kurz, der auch stellvertretender Vorsitzender des BHV ist, eröffnete die Sitzung mit seinen Grußworten.

Des Weiteren waren Stefan Speiser, als 1. Vorsitzender der selbständigen Physiotherapeuten Bad Füssing, Bad Griesbach und Bad Birnbach und Marcus Troidl, 1. Vorsitzender des VDB-Physiotherapieverband Landesverband Bayern e. V. mit seinem Geschäftsstellenleiter Kevin Helmberger geladen. Marcus Troidl informierte über den VDB Verband und stellte klar, dass der Verband die Interessen von über 21.000 Physiotherapeuten vertritt. Gesprächsbedarf warf der Fachkräftemangel im Bereich der Physiotherapeuten auf, zudem verwies Stefan Speiser diesbezüglich auf ein zunehmendes Abwandern von Therapeuten aus Saisonbetrieben von Kurorten in Stadtpraxen. Der VDB hat sich auf die Fahne geschrieben den Berufstand der Physio-

therapeuten und Masseur wieder attraktiver zu gestalten, wozu vehementer Einsatz nötig ist. Nicht zuletzt die Folgen der Corona-Krise haben auch diese Berufsgruppe schwer in Mitleidenschaft gezogen. Der Vorsitzende der Preiskommission Werner Angermüller (Kurdirektor aus Bad Königshofen), bedankte sich für den regen Informationsaustausch und möchte auch weiterhin im engen Kontakt untereinander agieren. Die Preiskommission des BHV's setzte die Sitzung im Anschluss fort, um sich auf die anstehenden Vergütungsverhandlungen im Mai 2022 in München, über die Preise der kurortsspezifischen Heilmittel mit der Arbeitsgemeinschaft der Krankenkassenverbände Bayern vorzubereiten.





Haushaltsrechnung

EINNAHMEN	Ansatz 2022	Ergebnis 2022
Mitgliedsbeiträge Kommunen	310.000 €	312.168,00 €
Mitgliedsbeiträge Betriebe	16.300 €	16.854,00 €
Teilnahmegebühren	12.000 €	12.905,00 €
Projekt Medizinische Zuweiser	100.000 €	0,00 €
Smart Health City - Zuwendung	68.000 €	35.295,00 €
Digitale Kurantrag	0 €	0,00 €
sonstige Einnahmen	500 €	0,00 €
Entnahme Rücklage	67.000 €	89.301,00 €
SUMME	573.800 €	466.515,00 €

AUSGABEN	Ansatz 2022	Ergebnis 2022
Löhne/Aufwandsentschädigungen	75.000 €	84.456,00 €
Finanzamt	500 €	677,00 €
Abgaben Krankenkassen/Knappschaft/BG	4.500 €	5.982,00 €
Raumkosten	1.800 €	1.785,00 €
Portokosten	2.000 €	1.476,00 €
Internet, Hosting, Telefon	3.600 €	3.331,00 €
Bürobedarf, Büroausstattung (Hard-/Softw.)	1.500 €	94,00 €
Bankgebühren	400 €	570,00 €
Fahrzeugkosten	2.000 €	2.643,00 €
Reisekosten	7.500 €	5.111,00 €
Zwischensumme 1	98.800,00 €	106.125,00 €





im Überblick

AUSGABEN	Ansatz 2022	Ergebnis 2022
Versicherungen und Vereinsbeiträge	9.500 €	9.817,00 €
Beitrag DTV	7.000 €	6.956,00 €
Repräsentations- und Bewirtungskosten	2.000 €	1.147,00 €
Steuer- und Rechtsberatung, Buchführung	7.500 €	8.490,00 €
Mitgliederbefragung	0,00 €	27.379,00
Allergiker qualitätsgeprüfter Kurort	5.000 €	0,00 €
Medizinische Zuweiser	120.000 €	36.830,00 €
Smart Health City	50.000 €	33.236,00 €
KI-Chat Bot	40.000 €	0,00 €
Zwischensumme 2	241.000,00 €	123.855,00 €

AUSGABEN	Ansatz 2022	Ergebnis 2022
Stammkapital GmbH Gründung	25.000 €	0,00 €
Frühjahrstagung/Frühjahrsseminar	8.000 €	9.938,00 €
Bayerischer Heilbädertag	9.000 €	13.276,00 €
Sonst. Sitzungen/Versammlungen	2.000 €	8.368,00 €
Öffentlichkeitsarbeit allgemein	150.000 €	167.689,00 €
politische Arbeit HS-Büro Berlin	15.000 €	12.981,00 €
PR-Kosten	25.000 €	24.276,00 €
Zwischensumme 3	234.000,00 €	236.528,00 €

Gesamt

	Ansatz	Ergebnis
Einnahmen 2022	506.800 €	377.214,00 €
Ausgaben 2022	573.800 €	466.515,00 €
Ausgleich Rücklagen	- 67.000 €	- 89.301,00 €
Stand Rücklagen/Vermögen 31.12.2022		670.790,00 €





Rechnungsprüfung für das Haushaltsjahr 2022



Die von der Mitgliederversammlung bestellten Rechnungsprüfer Viktor Gröll aus Bad Birnbach und Franz Mühldorfer aus Kirchham haben am 4. Mai 2023 in Bad Füssing die Jahresrechnung für das Haushaltsjahr 2022 geprüft. Die vollständigen Prüfungsunterlagen wurden durch Schatzmeister Thomas Beck und Manuela Brodinger bereitgestellt und im Bedarfsfall erläutert.

I. Prüfungsunterlagen

1. Haushaltsplan 2022
2. Jahresabschluss zum 31.12.2022 der Steuerkanzlei Krisch & Popp, Haimhausen-Bad Alexandersbad
3. Summen- und Saldenliste, Journal und Konten
4. Bankauszüge aller Konten 2022
5. Buchungsbelege 2022

II. Soll-/Ist-Vergleich zwischen Haushaltsplan und Rechnungsergebnis

Die Gegenüberstellung der Ansätze des Haushaltes 2022 mit der Einnahmen-Ausgaben-Rechnung 2022 führt zu folgendem Rechnungsergebnis:

	Haushaltsansatz	Rechnungsergebnis
Einnahmen	506.800,00 €	377.213,92 €
Ausgaben	573.800,00 €	466.515,86 €
Rücklagenentnahme	+ 67.000,00 €	+ 89.301,94 €

Die Unterlagen sind alle digital aufbereitet und eingepflegt. Der daraus resultierende digitale Abgleich sorgt für Sicherheit und hohe Transparenz. Die analogen Belege wurden, da ausnahmslos digital hinterlegt, nicht zur Prüfung benötigt.

1. Feststellungen zu den Einnahme- und Ausgabepositionen

Alle sich ergebenden Fragen konnten im Verlauf der Prüfung erschöpfend beantwortet werden. Festgestellt wurden einige durch das Steuerbüro falsch vorgenommene Kontozuordnungen. So wurden im Konto „Hauptstadtbüro“ sämtliche Minijobber geführt. Dies wird durch Schaffung eines eigenen Kontos gelöst. Ähnlich verhält es sich bei den Konten für die „Zuweiserkampagne“, die unter „betriebliches Gesundheitsmanagement“ geführt werden.



2022



III. Rücklagen – Vermögensstand

Das Vermögen des Bayerischen Heilbäder-Verbandes e.V. zum 31. Dezember 2022 wurde im Jahresabschluss mit insgesamt

2022	2021	2020	2019	2018	2017
670.790,77	760.091,83	715.327,61 €	774.622,14 €	621.586,55 €	531.367,94 €

festgestellt.

Der Vermögensstand hat sich gegenüber dem Vorjahr um 89.301,06 € verringert.

Nach wie vor sind die liquiden Mittel, über die der BHV verfügt, mit 571.879,77 € sehr hoch. Es wird angeregt, diesen Betrag durch Investitionen (z.B. in weitere Zuweiserkampagnen oder ähnlichem) weiter abzuschmelzen.

IV. Haushalts-, Kassen-, Buch- und Belegführung

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

Die Buchführungsunterlagen entsprechen in jeder Hinsicht einer einwandfreien Aufzeichnungspflicht. Alle Unterlagen sind ordentlich geführt, die Belege sind geordnet und archiviert. Die Ergebnisse der Jahresrechnung 2022 wurden hinsichtlich aller Haushaltsstellen mit den Einnahmen und Ausgaben stichprobenweise überprüft. Abweichungen ergaben sich nicht.

V. Ergebnis der Rechnungsprüfung

Die Prüfer bescheinigen dem Schatzmeister des Verbandes, Thomas Beck, dass alle von ihnen geprüften Geschäftsvorfälle ordnungsgemäß und zeitnah belegt, verbucht, ausreichend erläutert und sachlich zugeordnet abgelegt waren. Buchführung und Belege entsprechen den Ausführungen der beauftragten Steuerkanzlei Krisch & Popp. Die Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung sind beachtet und nachgewiesen.

Bad Füssing, 04. Mai 2023

Franz Mühlendorfer
Kirchham

Viktor Gröll
Bad Birnbach



Marketing

Marketingbudget 2022 - Ausgaben Wilde & Partner

Maßnahmen	Kosten insgesamt	Co-Finanzierung	Landesmittel
Zielgruppe: Endkunden			
Gesundheitstourismus allgemein			
Print / Eigenproduktionen / Mediakooperationen			
Diverse Medien (FOKUS, DIE ZEIT,...)	55.341,00 €	33.050,00 €	22.291,00 €
Allergikerkampagne	25.340,00 €	- €	25.340,00 €
Online			
Hugendubel Koop	3.500,00 €	3.500,00 €	- €
Newsletter (freundin)	7.500,00 €	6.225,00 €	1.275,00 €
Advertorial (SZ)	7.120,00 €	2.540,00 €	4.580,00 €
Data Driven Kampagne	25.000,00 €	25.000,00 €	- €
Radio			
Urlaubsradio	2.500,00 €	2.000,00 €	500,00 €
TV			
TV	20.800,00 €	16.000,00 €	4.800,00 €
Gesundheitstourismus allgemein - Gesamt	143.601,00 €	84.815,00 €	58.786,00 €

Online - Maßnahmen

- Online-Advertorial-Kampagne mit der Süddeutschen Zeitung und Partnerbeteiligung
Format: Advertorial
Teilnehmender Partner: Bad Staffelstein
Gesamtlaufzeit: Juni bis August
Leistungsübersicht:
 - Seitenaufrufe: 831
 - Verweildauer: 3:23 Minuten
 - Teaser Ad-Klicks: 534
 - Teaser CTR: 0,22%





Zielgruppe Endkunde

Online - Maßnahmen



Newsletter und Online-Anzeigenformate

- Versand vom freundin Newsletter mit Partnerbeteiligung
 - Bayerns Heilbäder und Kurorte und ihre natürlichen Schätze

- Data-Driven-Kampagne mit Ad Alliance
 - Format: Bannerset (Skyscraper, Superbanner, Medium Rectangle)
 - Stern.de, Tagesspiegel.de, BUNTE.de, t-online.de, tripadvisor.de
 - Teilnehmende Partner: Bad Griesbach, Bad Aibling, Bad Bocklet, Bäderland Bayerische Rhön
 - Laufzeit: 2 bis 4 Wochen
 - Gesamtimpressionen: 2.089.482
 - Durchschnittliche Klickrate: 1,17%
 - Die durchschnittliche Klickrate der Kampagne liegt bei 1,17% und ist damit weit über dem deutschen Durchschnitt von 0,05%.
 - (Quelle: SmartInsights)





Zielgruppe Endkunde



Print

Anzeigen im 2. Halbjahr

Diverse Medien

- BUNTE Gesundheit
- FOCUS Gesundheit
- HÖRZU Gesundheit
- Gesund.de
- DIE ZEIT Wellness & Gesundheit
- Apotheke für mich
- Beilage Gesundheitsurlaub in FOCUS und STERN

Teilnehmende Partner: Bad Füssing, Bad Gögging, Bad Brückenau, Bad Endorf, Bäderland Bayerische Rhön, Bad Bocklet, Bad Aibling, Bad Kissingen

Themen: „Dein Zuhause ist mehr Office als Home?“, Auszeit, Erholung, (Medical) Wellness

ET: Juli bis Dezember

Gesamtauflage aller Medien: ca. 2.032.000

Special Interest Medien

- Natürlich, gesund und munter
- Naturarzt
- Allergikus
- Naturapotheke

Thema: Allergiker

ET: August bis September

Gesamtauflage aller Medien: 371.000





Zielgruppe Endkunde

Radio



Redaktionelle Reisesendung mit der Radio Group – das Urlaubsradio

The Radio Group strahlte eine exklusive zweistündige redaktionelle Reisesendung über die Bayerischen Heilbäder aus. Termin: Sonntag, den 26. Juni von 10 bis 12 Uhr im Rahmen des Reisesonntags, moderiert von Eike Knall und Thorsten Rother.

In den Bundesländern Rheinland-Pfalz, Hessen, Berlin und Brandenburg wird Ihre exklusive Reisesendung im „Urlaubsradio“ folgender Sender mit einer Gesamtreichweite von 500.000 Hörern ausgestrahlt:

- Radio Frankfurt
- Antenne Landau
- Antenne Bad Kreuznach
- Antenne Kaiserslautern
- Antenne Zweibrücken
- Cityradio Trier
- Radio Cottbus
- Antenne Pfalz
- Antenne Idar-Oberstein
- Antenne Pirmasens
- Antenne Koblenz

Es haben sich 5 Partner und die Geschäftsstelle beteiligt:

- Bad Kissingen
- Bad Bocklet
- Bäderland Bayerische Rhön
- Bad Endorf
- Füssen
- Bayerischer Heilbäder-Verband e.V.

TV



Aufmerksamkeitsstarke Kampagne mit Partnerbeteiligung

Präsenz im TV mit großem Senderportfolio (inkl. RTL, VOX, ntv, DMAX, Sport 1 u.a.) Granulares Targeting per Affinitäten sowie Geo- oder Time-Targeting

Beteiligende Partner: Bad Aibling, Bäderland Bayerische Rhön, Bad Kissingen, Bad Füssing, Bad Bocklet

Laufzeit: Juni bis Juli
Gesamtimpressionen: 384.191





Marketingmaßnahme -

Gewinnspiel



- Startseiten-Teaser zum Gewinnspiel auf www.hugendubel.de und www.ebook.de
 - Hugendubel: 750.000 Newsletter-Empfänger
 - Ebook.de: 580.000 Newsletter-Empfänger
- Mehrfache Postings zum Gewinnspiel über die Facebook-Kanäle von
 - Hugendubel: 89,5k Follower
 - Ebook.de: 12,2k Follower
- Verlosung von
 - 7 Übernachtungen in Bad Füssing (Hotel Holzapfel)
 - 7 Übernachtungen in Bad Kissingen (Parkhotel Laudensack)
 - 5 signierten Büchern „Gesund kann jeder“ von Philipp Lahm





PR & Öffentlichkeitsarbeit Konsumenten

Pressemitteilungen



PR & Öffentlichkeitsarbeit Konsumenten

- Klinik unter Bäumen: Zertifizierte Kur- und Heilwälder
- Weniger Leistungsdruck, mehr Wohlbefinden – Die Gesundheitsangebote der bayerischen Kurorte und Heilbäder
- YOU-Gov Umfrage: 64 Prozent würden eine Gesundheitsvorsorge in Kurorten oder Heilbädern in Anspruch nehmen
- Der Berg ruft – Kurtrips in die Alpen
- Gesundheit – wenn nicht jetzt, wann dann?

Umfangreiches Themen-Pitching zu ambulanter Kur, erdgebundene Heilmittel, natürliche Heilverfahren

Veröffentlichungen u. a. in BUNTE Reisen, Natürlich gesund und munter

Weitere Maßnahmen:

- Erstellung von Advertorials und Interview-Texten
- Erstellung von Anzeigentexten
- Verfassen von Storyboard Radio-Interviews
- Abwicklung von Gewinnspielen (z. B. Didacta)

PR & Öffentlichkeitsarbeit und sonstige Maßnahmen im Rahmen Zuweisermarketing

- Umfrage Allgemeinmediziner zur ambulanten Kur mit DocCheck
- Themenpitching mit Fachmedien
- Überarbeitung Flyer
- Mitarbeit CME-Fortbildung





Marketingbudget 2022 - Ausgaben Bayern Tourismus Marketing GmbH

Maßnahmen	Kosten insgesamt	Co-Finanzierung	Landesmittel
Gesundheitstourismus allgemein			
Print / Eigenproduktionen / Mediakooperationen			
Vertrieb Basis-Broschüre	10.699,00 €	- €	10.699,00 €
Kampagnenplanung/-konzeption	20.080,00 €	- €	20.080,00 €
Frühjahrskampagne	61.304,96 €	5.920,75 €	55.384,21 €
Herbstkampagne	145.824,00 €	- €	145.824,00 €
Online			
Webseite, Datenbank, United Domains, Support, Cookiebot	68.067,13 €	- €	68.067,13 €
SEA, Ad Kampagne	69.026,85 €	- €	69.026,85 €
B2C-Newsletter	- €	2.157,56 €	-2.157,56 €
B2B-Newsletter und Hub	0,39 €	- €	0,39 €
Startseitenteaser	2.050,00 €	3.222,20 €	-1.172,20 €
Podcast: Erstellung und Bewerbung	39.456,40 €	- €	39.456,40 €
Content (Blog, Video, Text, Bild)	87.685,92 €	- €	87.685,92 €
Vertrieb (Katalogversand/-handling)			
Katalogversand/-handling	7.828,73 €		7.828,73 €
Markenprozess			
Marke/Markenweiterentwicklung	2.245,00 €	- €	2.245,00 €
Social Media inkl. #gkj			
Social Media	2.072,50 €	- €	2.072,50 €
Pressearbeit inkl. #gkj			
PR	28.090,09 €	- €	28.090,09 €
Basisleistung			
Reisekosten	765,30 €	- €	765,30 €
Sonstiges	1.800,00 €	- €	1.800,00 €
Gesundheitstourismus allgemein - Gesamt	546.995,27 €	11.300,51 €	535.695,37 €
#gesundkannjeder			
Kooperationskosten	180.000,00 €	50.000,00 €	130.000,00 €
Gestaltungskosten divers	296,80 €	- €	296,80 €
#gesundkannjeder-Broschüre/Beilage (Vertrieb)	61.338,50 €	- €	61.338,50 €
SEA/Videomarketing	9.268,59 €	- €	9.268,59 €
#gesundkannjeder - Gesamt	250.903,89 €	50.000,00 €	200.903,89 €

Alle Angaben rein netto



Online

Bayerisch Gsund Der Podcast mit Tiefenwirkung

Idee

- Durch die GESUNDES BAYERN-Experten machen wir die Kompetenz / Expertise der Heilbäder und Kurorte hörbar

Themen

Schroth, Kneipp, Resilienz, Ernährung, Moor, Yoga, Bewegung etc.

Moderator

- Thorsten Otto, Bayern1 Radio

Vertrieb

Native Audio Ads

- Impressions: 13.376.970
- Klicks: 44. 661 (Ziel: 17.000)

Audio Tracks auf Spotify

- Impressions: 983.966 (Ziel: 800.000)



Content-Produktion

Blog, Experten, Podcast, Homepage





Frühjahrskampagne 2022

Hintergrund, Zielsetzung und Timing

Allgemeinen Grundstimmung in der Bevölkerung

- Wunsch nach einem Ausbrechen aus dem Alltag
- Stärkung des inneren Gleichgewichts
- (Wieder) mehr Energie und Lebensfreude

► HÖCHSTE AUSZEIT!

- Online-Kampagne mit farbenfroh hinterlegten Headlines
- Zielsetzung: Herausstechen aus der Masse, maximale Aufmerksamkeit zur **IMAGESTÄRKUNG**
- Laufzeit: Mai/Juni



Maßnahmenübersicht Frühjahrskampagne „Höchste Auszeit“

Übergreifende Maßnahmen: Digital Out-of-Home (DOOH)

- 6 Video-Clips auf insgesamt 497 großflächigen Screens
- Diverse Bahnhöfe und Straßen bspw. in München, Ingolstadt, Stuttgart, Frankfurt und Rosenheim
- Reichweite: 2.050.132 (Ziel: 2.000.000)

Mobiles Retargeting

- Animierte und statische Display-Anzeigen als Verlängerung zu DOOH auf Top-Plattformen wie gala.de, wetter.com, t.online.de, tz.de, focus.de und dr-gumpert.de
- Impressionen: 524.029

Social Media-Ads

(Video-Clips als Feed-, Story- und Reel-Ads)

- Reichweite: 5.185.519 Personen
- Impressionen: 6.940.192

Kampagnenlandingpage

- Seitenansichten: 1.266
- Durchschnittliche Aufenthaltsdauer: 58 Sek

Beteiligungsmaßnahmen:

- Conative Advertorial
- Ausspielung auf thematisch bzw. zielgruppenspezifischen Webseiten
- Impressionen: 442.613 (Ziel: 265.000)

Individuelles Videomarketing

(Unüberspringbare Video-Anzeige auf YouTube)

- Impressionen: 284.469 (Ziel: 125.000)
- View-Through-Rate: durchschnittlich 88 %

B2C-Newsletter

- 4.955 Abonent*innen
- Öffnungsrate: 42,54 %
- Unique Öffnungen: 2.088

Fazit der Headline-Kampagne zur Imagesteigerung:

Übertraf alle Erwartungen



Herbstkampagne 2022

„Spurwechsel“ Kampagnenmotiv 1



„Wohlfühlprogramm“ Kampagnenmotiv 2



„Sendepause“ Kampagnenmotiv 3



Maßnahmen

DOOH – digital out of Home

1.897 Screens

- Bahnhöfe
- Malls
- „Staustraßen“ (z.B. Highlight-Towers in München)

Reach: 2.179.332 Personen

- Playouts: 153.124
- Mobile Verlängerung

DOOH – mobile Verlängerung durch Display-Banner

- Impressions: 9.524.686
- Ziel: 18.105 Klicks
- > erreicht: 19.282 Klicks

Social Media

997.095 Impressionsen

Feed - Reel - Story

Dynamische Banner (Programmatic Advertising)

- Impressions: 14.806.178
- Ziel: 15.088 Klick
- > erreicht: 40.530 Klicks

Native Video-Ads

- Ziel: 905.250 Impressions
- > erreicht: 992.617 Impressions

Landingpage

- Besuche bislang: 26.043 (Top-Wert für Awareness-Kampagne)
- Verweildauer: 1 Min. 24 Sekunden
- 10 % -> Angebotsseite





Printanzeigen

Bayern. Das Magazin

- Gesundheitsspecial
- ET: 20. Dezember 2022
- 150.000 Auflage
 - Direktvertrieb, Beilage im FAZ-Abo, exklusive Vertriebsstellen wie Yacht-Club, Flughafen-Lounge

SZ Wohlfühlen

- Magazin für Beauty, Wellness und Gesundheit
- ET: 23. November 2022
- 288.605 Exemplare

Weitere Maßnahmen Auf einen Blick

- Startseitenteaser
- Ongoing SEA-Kampagnen zu den meist gesuchten Themenbereichen „Resilienz“, „Gsunde Gschichten“, „Gesunde Ernährung“ und „Heilmittel & Naturheilverfahren“
- Gesundheitsfinder: Optimierung der Benutzer- und Nutzerfreundlichkeit (neue Schnittstelle)

Veröffentlichungen Redaktionell und unbezahlt

- allein 6-seitige Reportage in der freundin
- Reichweite 1,2 Mio
- AÄW: 267.000 €





PR & Öffentlichkeitsarbeit

Touristische Pressearbeit Bayern Tourismus Marketing GmbH

Veröffentlichungen: 132
Reichweite: 22,3 Mio.
Anzeigenäquivalenz: 1,8 Mio. Euro

Pressemitteilungen

Februar:

Neu: „bayerisch gesund.
Der Podcast mit Tiefenwirkung“
aus den bayerischen Heilbädern und Kurorten

Mai:

Ergänzendes Erlebnis buchbar
bei GESUNDES BAYERN



AUCH LUST NEUE ENERGIE

Denn festem Sie nicht, je mehr Sie
wissen eine kleine Faszin-Auswahl von
Rundfunk. Das Forum berichten die
Erfahrungen in verschiedenen Ländern &
Dasu zehn weitere empfehlenswerte
Orte, an denen Urlaub wie Urlaub





Übernachtungen und Gästeankünfte nach Sparten

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung

Mineral- und Moorheilbäder, Orte mit Heilquellen- oder Peloidkurbetrieb

Ort	Übernachtungen 2022		Gästeankünfte 2022	
	Betriebe mit mehr als 10 Betten	alle Betriebe*	Betriebe mit mehr als 10 Betten	alle Betriebe*
Bad Abbach	68.981	72.866	22.250	23.327
Bad Aibling	276.119	294.853	83.409	86.199
Bad Alexandersbad	47.663	51.298	16.263	17.112
Bad Bayersoien	51.023	79.254	16.820	20.186
Bad Birnbach	501.783	534.798	91.569	96.207
Bad Bocklet	187.646	192.022	21.699	22.489
Bad Brückenau	63.409	65.067	272.914	276.997
Bad Endorf	186.648	206.230	40.802	43.573
Bad Feilnbach	279.659	305.711	66.712	71.505
Bad Füssing	1.843.907	1.886.434	276.799	281.594
Bad Gögging	493.650	493.650	100.914	100.914
Bad Griesbach	716.526	724.921	141.602	142.816
Bad Kissingen	1.199.028	1.231.495	184.276	192.421
Bad Königshofen	75.284	76.969	18.025	18.214
Bad Kohlgrub	140.010	172.777	53.150	58.519
Krumbach / Heilbad Krumbad	25.064	25.064	3.098	3.098
Bad Neustadt	305.639	305.639	35.010	35.010
Bad Reichenhall/Bay. Gmain	664.876	727.689	137.349	148.115
Bad Rodach	178.408	183.468	21.211	22.327
Bad Neualbenreuth	79.087	90.244	21.331	23.431
Bad Staffelstein	433.985	500.659	124.397	133.851
Bad Steben	278.391	286.478	39.536	40.978
Bad Tölz	270.163	287.518	55.588	58.292
Treuchtlingen	59.801	72.687	24.094	26.141
Weißensstadt	139.782	154.524	34.004	36.250
Bad Windsheim	351.754	356.921	78.195	79.986
Bad Wiessee	493.816	493.816	94.350	94.350
Gesamtsumme	9.412.102	9.873.052	2.075.367	2.153.902

*inklusive der gewerblichen Betriebe mit weniger als zehn Gästebetten und der Privatquartiere





Kneippkurorte und Kneippheilbäder

Ort	Übernachtungen 2022		Gästeankünfte 2022	
	Betriebe mit mehr als 10 Betten	alle Betriebe*	Betriebe mit mehr als 10 Betten	alle Betriebe*
Bad Berneck	21.254	23.584	12.175	12.348
Füssen	1.214.665	1.399.640	364.750	400.427
Bad Grönenbach	164.444	168.708	24.834	25.483
Bad Kötzing	190.944	203.047	37.976	40.097
Ottobeuren	69.714	69.714	36.155	36.155
Oy-Mittelberg	143.113	183.364	30.556	37.085
Prien am Chiemsee	373.709	416.417	89.836	96.342
Bad Wörishofen	521.295	529.476	121.192	122.185
Gesamtsumme	2.699.138	2.993.950	717.474	770.122

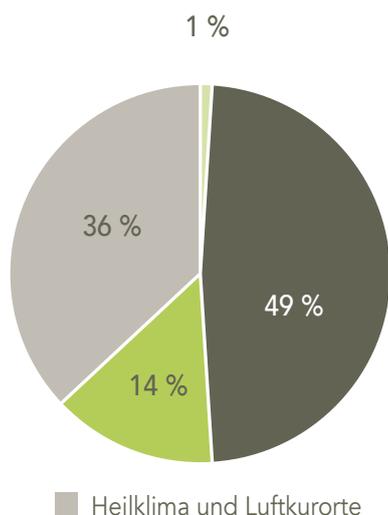
Heilklimatische Kurorte und Luftkurorte

Ort	Übernachtungen 2022		Gästeankünfte 2022	
	Betriebe mit mehr als 10 Betten	alle Betriebe*	Betriebe mit mehr als 10 Betten	alle Betriebe*
Bischofgrün	147.252	160.173	28.035	29.928
Bodenmais	739.225	809.731	165.872	176.614
Eging a.See	107.616	112.181	45.912	46.848
Fischen	394.113	539.480	94.751	114.798
Garmisch-Partenkirchen	1.168.049	1.579.037	422.286	494.696
Bad Heilbrunn	19.109	25.651	8.008	9.065
Bad Hindelang	785.526	1.145.697	180.752	242.992
Oberstaufen	857.145	1.038.098	214.788	249.392
Oberstdorf	1.814.375	2.724.885	413.246	551.671
Pfronten	472.216	601.242	96.380	112.106
Scheidegg	434.590	480.467	57.430	65.569
Gesamtsumme	6.939.216	9.216.642	1.727.460	2.093.679

Erholungsort

Ort	Übernachtungen 2022		Gästeankünfte 2022	
	Betriebe mit mehr als 10 Betten	alle Betriebe*	Betriebe mit mehr als 10 Betten	alle Betriebe*
Kirchham	124.726	127.097	29.933	30.264
Gesamtsumme	124.726	127.097	29.933	30.264

*inklusive der gewerblichen Betriebe mit weniger als zehn Gästebetten und der Privatquartiere

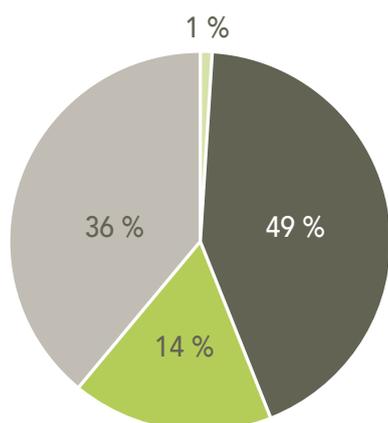


Übernachtungen nach Sparten

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung

Sparte	2021	2022	+/-	%
Mineral- und Moorheilbäder	7.506.137	9.412.102	1.905.65	18,81
Kneippkurorte und -heilbäder	1.993.833	2.699.138	705.305	35,37
Heilklima und Luftkurorte	4.948.025	6.939.216	1.991.191	40,24
Erholungsorte	96.052	127.097	31.045	32,32
Gesamtsumme	14.544.047	19.177.553	4.633.506	31,86

■ Heilklima und Luftkurorte ■ Kneippkurorte und Heilbäder ■ Mineral- und Moorheilbäder ■ Erholungsorte



Gästekünfte nach Sparten

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung

Sparte	2021	2022	+/-	%
Mineral- und Moorheilbäder	1.200.677	2.075.367	874.690	72,85
Kneippkurorte und -heilbäder	470.487	717.474	246.987	52,50
Heilklima und Luftkurorte	1.075.054	1.727.460	652.406	60,69
Erholungsorte	20.869	29.933	9.064	43,43
Gesamtsumme	2.767.087	4.550.234	1.783.147	64,44

■ Heilklima und Luftkurorte ■ Kneippkurorte und Heilbäder ■ Mineral- und Moorheilbäder ■ Erholungsorte

Durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Tagen

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung

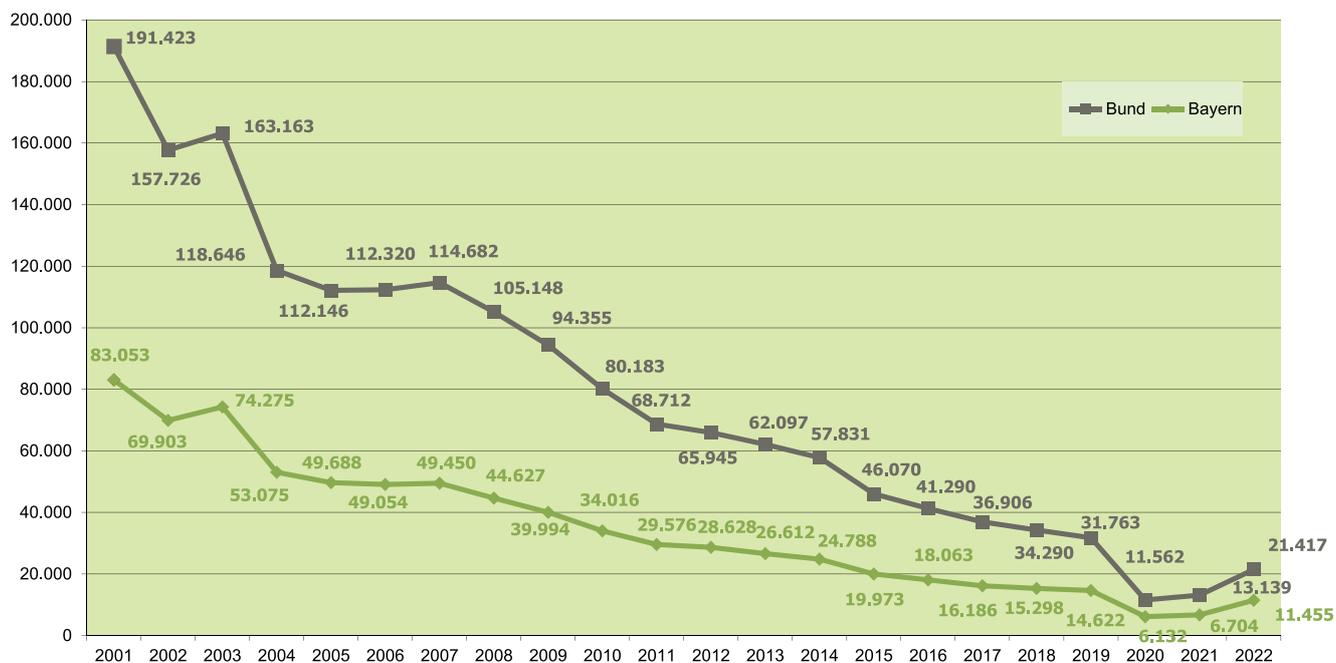
Sparte	2021	2022	+/-
Mineral- und Moorheilbäder	6,25	4,54	-1,72
Kneippkurorte und -heilbäder	4,24	3,76	-0,48
Heilklima und Luftkurorte	4,60	4,02	-0,59
Erholungsorte	4,60	4,25	-0,36
Gesamt	5,26	4,21	-1,04





FALLZAHLEN - Ambulante Vorsorgeleistungen in anerkannten Kurorten nach § 23 Absatz 2 SGB V

(Quelle: Kassenärztliche Vereinigung Westfalen-Lippe)





Das passiert im Jahr 2023

Wir stärken den BHV für die Zukunft!



Unsere wichtigste Aufgabe für 2023: Wir wollen den Bayerischen Heilbäder-Verband für die Zukunft stärken! Dabei hat die Neuordnung unserer organisatorischen Strukturen oberste Priorität, um den politischen Herausforderungen und den Herausforderungen des gesundheitstouristischen Marktes gerecht zu werden. Die Befragung der Mitglieder des BHV durch das Bayerische Zentrum für Tourismus hatte uns sehr klare Erkenntnisse gebracht, was die Mitglieder vom Verband in der Zukunft erwarten. Diese Erwartungen müssen uns Auftrag sein!

Die politische Lobbyarbeit, die Vertretung des Verbandes gegenüber Parlamenten des Bundes und des Landes, den Ministerien, sowie Behörden, Sozialversicherungen und Krankenkassen bleibt weiterhin beim Bayerischen Heilbäder-Verband e.V.

Zu dieser etablierten Verbandsstruktur kommt 2023 eine vom BHV als Alleingesellschafter neu gegründete GmbH. Sie kümmert sich um eine gezielte und frequentierte

Projektarbeit und damit um den effizienten Einsatz von Fördermitteln. Dazu gehört auch Nutzung und Einsatz der BHV-eigenen Marke „Gesundes Bayern“ sowie alle marketingkommunikativen Maßnahmen, Pressearbeit für B2B-Beziehungen (z.B. Ärzteverbände) und für Endkunden. Die vom Freistaat zur Verfügung gestellten Fördermittel setzen wir dabei für alle bayerischen Heilbäder und Kurorte ein, immer verbunden mit dem Ziel, medizinisch indizierte Gesundheitsaufenthalte in prädikatisierten Heilbädern und Kurorten zu unterstützen. Unter dem Dach unserer GmbH werden somit alle Themenbereiche, die der Vermarktung und Bedienung der Heilbäder und Kurorte sowie deren Leistungsträger dienen, organisatorisch gebündelt. Alleingesellschafter dieser GmbH ist der BHV. Die Gesellschaft führt den Namen „Gesundes Bayern Tourismus Marketing GmbH“ und hat ihren Sitz in Bad Füssing. Sie hat ihre Tätigkeit in 2023 aufgenommen. Wir sind sicher, dass wir damit auf einem guten Weg sind!





Leidiges Thema Energiepreise

Nicht losgelassen haben uns 2023 die Themen Digitalisierung und Energiepreise. Gerade unsere Heilbäder und Kurorte mit Thermen hatten unter den steigenden Preisen schwer zu leiden. Auf unserer Frühjahrstagung standen deshalb Workshops zur Energie und zur Digitalisierung auf dem Programm. Wir möchten unsere Mitglieder unter anderem auf die Energieeffizienz-Netzwerke BEEN-i. des Bayerischen Wirtschaftsministeriums hinweisen. Sie bieten einen systematischen, unbürokratischen und zielgerichteten Erfahrungs- und Ideenaustausch mehrerer Unternehmen über einen bestimmten Zeitraum hinweg an. Das Ziel lautet: Gemeinsam Synergien nutzen, um Wertschöpfung zu steigern, Wettbewerbsfähigkeit zu verbessern und (Energie-)Kosten zu senken. Ein gemeinsames Energie-Einsparziel wird definiert und im Team angestrebt. Die Netzwerkaktivitäten werden von Experten moderiert bzw. begleitet – ein tolles Angebot!

Fortschritte in der Digitalisierung

Bereits seit 2011 arbeiten wir an dem Thema Digitalisierung. Auftakt war damals die Programmierung und Pflege des Gesundheitsfinders. Mit dieser Datenbank haben wir den Grundstein für alle weiteren Bemühungen gelegt. Dort sind neben den Stammdaten der Gesundheitsdienstleister aus den Mitgliedsorten des BHVs die Indikationen und Therapien der Anbieter abgelegt – verknüpft mit den ICD-10 Codes.

Ab 2018 haben wir uns damit beschäftigt, wie wir diese Daten weiter in Wert setzen können. Dabei entstand das Konzept „Smart Health City“. Der Gedanke war und ist, dass wir die Daten aus dem Gesundheitsfinder weiter nutzen, um für unsere Mitglieder und deren Partner eine Plattform zu schaffen, die Wertschöpfung erweitert. Dies auch angesichts

- des sozio-demografischen Wandels, d.h. es gehen mehr Ärzte in Ruhestand, als jüngere nachkommen,
- einer älteren Gesellschaft, die einen höheren Anspruch an das Gesundheitssystem hat, und
- der Tatsache, dass digitale Services zunehmend von Kunden/ Patienten genutzt werden.

Im Jahr 2019 haben wir dann die Ziele und Aufgaben beschrieben:

- Information 24/7 zur Verfügung stellen
- Umfassende Analyse der Symptome und verknüpfen mit dem Gesundheitsfinder
- Verbesserte Patientenlenkung
- Hybride Leistungen, d.h. DiGa's mit Therapie vor Ort
- Digitaler Dialog zwischen Patienten & Anbietern und zwischen den Anbietern
- Zielgruppe gesundheitstouristischer Gast und Bürger

In den Jahren 2019/ 2020 wurde dann die ursprüngliche Datenbank des Gesundheitsfinders in eine Knowledge Graf-Datenbank gewandelt. Das ist die



Grundvoraussetzung für alle weiteren Schritte. Im nächsten Schritt haben wir dann gemeinsam mit unseren Partnern keck-medical und Onlim eine Chat Bot entwickelt, der eine 24/7 Nutzung in einem Dialogverfahren ermöglicht. Die speziellen Intents haben wir Schritt für Schritt erarbeitet und eingepflegt. Heute lernt der Chat Bot bei der Nutzung und verbessert damit seine Kompetenz selbst.

Im Jahr 2022/ 2023 haben wir mit Infermedica einen Partner gefunden, der es unseren Kunden ermöglicht ihre Symptome in ein KI-gestütztes System einzugeben, um eine Bewertung zu erhalten. Diese Bewertung enthält neben der voraussichtlichen Indikation auch eine Empfehlung zu welchem Gesundheitspartner man gehen sollte und in welcher Dringlichkeit. Dieses Resultat verknüpfen wir nun mit unserem Gesundheitsfinder, sodass der Nutzer gleich eine entsprechende Auswahl bekommt. Dieser Schritt kann selbstverständlich auch geo-referenziert ausgegeben werden oder die Mitglieder haben die Möglichkeit diese ganzen Leistungen direkt auf ihre Ortsseiten einzubinden.

Im nächsten Schritt werden wir nun einen Anbieter für medizinische Tele-Konsultationen anschließen, sodass wir die Möglichkeit haben, den Datensatz des Gesundheitsanbieters mit einem Call-to-Action-Button auszustatten. Dann kann der Nutzer direkt Kontakt aufnehmen oder, wenn der Partner diesen Service nutzt, auch online gleich einen Termin buchen.

Verhandlungen mit Anbietern von DiGa's haben ebenfalls begonnen, z.B. für gesunden Schlaf. Diese Erweiterung gibt dem Nutzer und unseren Anbietern die Möglichkeit hybride Angebote zu entwickeln. Bedeutet, dass der Kunde/ Patient zu uns in die Orte kommt, erste Therapien erhält und über eine DiGa Leistungen mit nach Hause nimmt und dort auch noch mit den Partnern in den Orten in Verbindung steht. Dies verlängert die Wertschöpfungskette und fördert

die Kundenbindung.

Gleichzeitig arbeiten wir noch an einem Prozess zur Digitalisierung des Kurantrags für die ambulante Badekur nach §23/2 SGB V. Auch dieses Projekt hoffen wir bis Ende 2023 abschließen und an den Gesundheitsfinder anbinden zu können.

Mit diesen Leistungen sind wir große Schritte in die Zukunft gegangen. Fertig sind wir nicht, sondern wir müssen uns auf diesem Weg weiter bewegen und unseren Vorsprung nicht nur halten, sondern ausbauen. Wichtig bleibt bei aller digitalen Weiterentwicklung aber der persönliche Kontakt in unseren Heilbädern und Kurorten und die Verbesserung unserer Leuchtturm-Projekte und wissenschaftlich evaluierter Gesundheitsprogramme. Wir setzen unsere Zertifizierung für einen Allergiker-geprüften

Urlaubsort und für unser Projekt Wald-Gesundheit

fort. Auch bei unserem Gütesiegel „Vorbildliche Gesundheitsförderung am Kurort“ laufen die Weiterbildungsseminare weiter.





Klares Nein zur Abschaffung der Meldepflicht

Warum schafft man Bewährtes ab? Das haben wir uns bei den Plänen von Bundesinnenministerin Nancy Faeser gefragt, die Meldepflicht für deutsche Staatsbürger in Ferienunterkünften, wie Ferienwohnungen, Hotels oder Campingplätzen, abzuschaffen. Das hat massive finanzielle Auswirkungen auf unsere Heilbäder und Kurorte und kann ihre Existenz gefährden. Um Tourismusabgaben und Kurtaxe zu erheben, greifen die Kommunalabgabengesetze fast aller Bundesländer auf § 30 Absatz (3) des Bundesmeldegesetzes zurück. Dieser legt fest, dass die Daten auf dem Meldeschein auch der Erhebung von Fremdenverkehrs- und Kurbeiträgen dienen. Die Meldescheine in Hotels, Pensionen, auf Campingplätzen oder in Ferienwohnungen

sind für Heilbäder und Kurorte also eine grundlegende, umfassende und wichtige Dokumentation für den Gesundheitstourismus, für Übernachtungszahlen, aber auch und vor allem für die Erfassung von Kurbeiträgen. Diese gesetzliche Verankerung entfiel jedoch, wenn die derzeit in § 29 geregelte Meldepflicht für Inländer wegfallen würde. Mit anderen Worten: Länder und Kommunen müssten sich neue Wege überlegen, um an die Kurtaxe und an Bettensteuern heranzukommen. Wir haben deshalb unsere Mitglieder per Newsletter informiert und um Hilfe gebeten: Bitte wenden Sie sich an Ihre örtlichen politischen Mandatsträger! Wir müssen jeden Weg nutzen, um die Abschaffung der Meldepflicht zu verhindern!

Überarbeitung und Modernisierung der Begriffsbestimmungen

Welche Kriterien muss ein Ort erfüllen, um das Prädikat Heilbad, Kurort oder Heilklimatischer Kurort zu erhalten? Wir sind der Ansicht: die bisherigen Kriterien sind veraltet. Deshalb befassen sich zwei Arbeitsgruppen mit der Erarbeitung neuer Kriterien. Es gab zwei Workshops mit ProjectM und dem Vorstand, ergänzt durch unseren ärztlichen Berater Dr. Christian Alex und Simone Reiter aus Garmisch-Partenkirchen. Hauptthemen sind die Fragen: Welche Vorgaben können gestrichen werden, weil sie selbstverständlich oder nicht mehr zeitgemäß

sind? Ein Beispiel: wir sind der Ansicht, dass das Kriterium der Digitalisierung mit aufgenommen werden muss. Ein modernes Heilbad oder ein moderner Kurort muss eine gute W-Lan-Abdeckung vorweisen. Und wie können wir die Bürokratie im Prädikatisierungsprozess oder der Re-Prädikatisierung reduzieren? Für unsere Heilbäder und Kurorte ist der bürokratische Aufwand fast nicht mehr zu stemmen, viele Anforderungen sind unserer Ansicht nach auch überflüssig. Wir werden diesen Prozess in den nächsten Monaten weiter vorantreiben.



#gesundkannjeder – Abschluss des Projekts

Vor vier Jahren starteten wir das Projekt “#gesundkannjeder” mit Fußballweltmeister Philipp Lahm. Dann hat uns Corona jäh ausgebremst. Auch aufgrund anderer Hindernisse kam das Projekt nicht so zum Laufen, wie wir es uns gewünscht hatten. 2023 gab es deshalb intensive Beratungen mit dem Team von Philipp Lahm. Wir mussten entscheiden, wie wir weiter vorgehen, und welche Ziele wir erreichen wollen. Das Fazit: Die Produkte, die wir mit der 21.raum GmbH entwickelt haben, waren zu komplex und zu dicht gestaltet, so dass es fast unmöglich war, dafür Interessenten zu finden. Es gab zu viele Vorgaben, und zu wenig freie Zeit für die Teilnehmer und Teilnehmerinnen am Programm. Bei einem Workshop in Bad Aibling sind dann gute Ideen entstanden. Teile davon wurden umgesetzt, andere Teile müssen weiter entwickelt werden. Vor allem geht es darum, Vertriebswege zu erschließen. Eine gute Idee war die Verknüpfung mit der Ehrenamtskarte in Bayern. Dazu gab es Gespräche mit Sozialministerin Ulrike Scharf und Innenminister Joachim Herrmann. Bedau-



erlicherweise haben wir von beiden keine endgültige Zusage und Stellungnahme erhalten, damit wir diesen Weg weitergehen können. Einige Mitgliedsorte haben bereits Geld in das Projekt #gesundkannjeder investiert. Um das abzuschließen, haben wir 2023 beschlossen, dass der alte Vertrag zwischen der Bayern Tourismus Marketing GmbH und der 21.raum GmbH abgewickelt wird. Restbeträge werden zurückbezahlt.

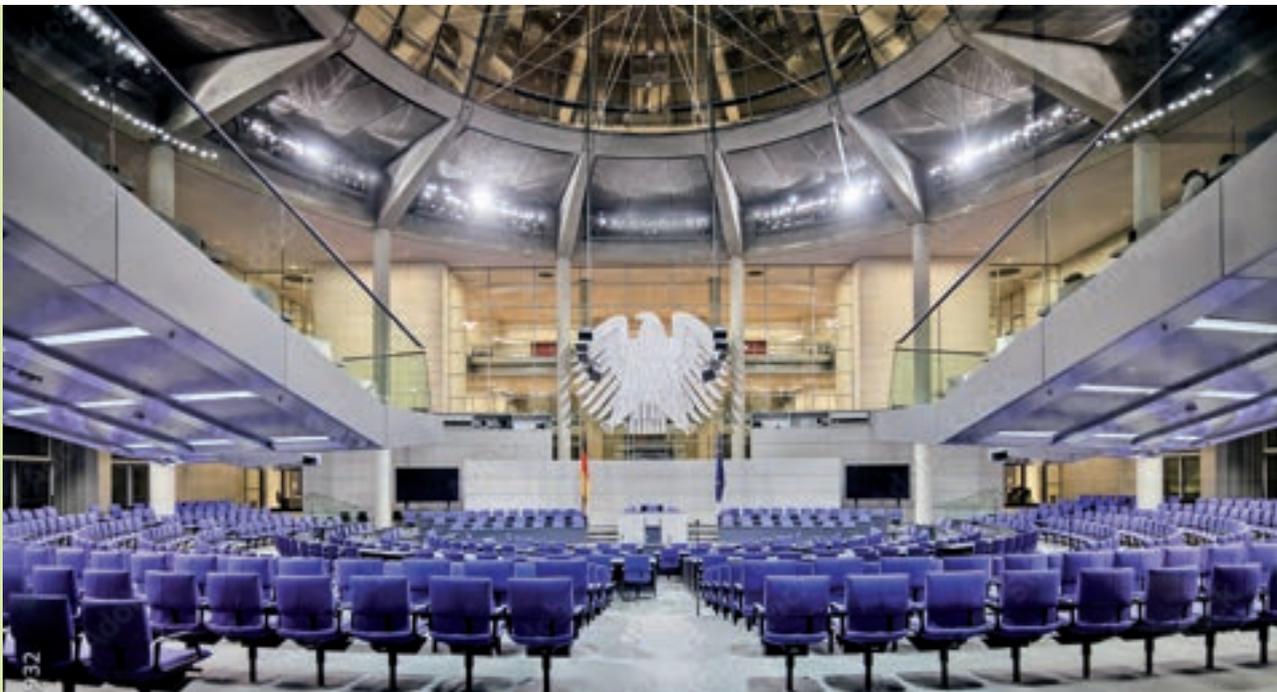
Frank Oette ist neuer Geschäftsführer der GmbH und des Bayerischen Heilbäder-Verbandes

Unser Verband hat ab 1. November 2023 erstmals einen hauptamtlichen Geschäftsführer. Der Vorstand entschied sich für Frank Oette, der zuletzt als Stadtmarketing-Geschäftsführer in Weißenburg in Bayern tätig war. Der 50jährige Diplom-Geograph stammt ursprünglich aus Rheinland-Pfalz und bringt 25 Jahre Erfahrungen im Tourismus mit. Seine beruflichen Stationen waren unter anderem in den Bundesländern Rheinland-Pfalz und Nordrhein-Westfalen mit ihren Heilbädern Bad Neuenahr-Ahrweiler und Bad Bergzabern sowie im Staatsbad Bad Oeynhausen, außerdem im bayerischen Ruhpolding. Und für den BHV ist Frank Oette ein guter Bekannter und gefragter Experte für Heilbäder und Kurorte: Denn er war auch fünf Jahre lang sehr erfolgreich Kurdirektor im Staatsbad Bad Kissingen und hat sich auch im Vorstand des Verbandes engagiert. Wir bedanken uns beim bisherigen ehrenamtlichen Geschäftsführer Thomas Jahn. Er wird weiter maßgeblich im Marketing des BHV tätig sein. Thomas Jahn hat zahlreiche Projekte initiiert und durchgeführt, und uns insbesondere bei der Digitalisierung nach vorne gebracht – und das im Ehrenamt!





Unerlässlich: Politische Lobbyarbeit – Beispiel Mehrwertsteuer und Fachkräftemangel



Die politische Lobbyarbeit ist uns weiter ein zentrales Anliegen. Die Krankenhausreform, die mangelhafte Finanzierung der Reha-Kliniken und der Arbeitskräftemangel in vielen Branchen, die auch unsere Heilbäder und Kurorte betreffen, machen diese Arbeit dringend nötig. Ein Beispiel, das uns alle betrifft, ist der Streit um die ermäßigte Mehrwertsteuer für die Gastronomie. Dass der ermäßigte Steuersatz von 7 Prozent nicht beibehalten wird, hat drastische Auswirkungen – und das nicht nur für die Gastronomen. Preissteigerungen wird es in allen Bereichen geben, die auch die Heilbäder und Kurorte betreffen: in Kliniken, in Hotels oder in Alten- und Pflegeheimen. Es ist völlig unverständlich, dass die Steuer wieder erhöht werden soll. Um den Fachkräftemangel zu lindern, fordern wir von der Politik einen „Arbeitsmarktbooster“. Nach einer Studie der vbw - Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft wird das Arbeitskräfteangebot im Freistaat bis zum Jahr 2035 um rund 400.000 Personen zurückgehen. Wir fordern deshalb von der Politik in Bund und Land Initiativen, um eine weitere Verschärfung des Arbeitskräftemangels zu vermeiden. Dringend nötig ist unter anderem eine Flexibilisierung des Arbeitsmark-

tes, die eine Vollbeschäftigung wieder attraktiver macht. Dazu gehören eine Wochenarbeitszeit, die Rücksicht nimmt auf die Bedürfnisse von Arbeitgebern und Arbeitnehmern, aber auch ein einfacherer Zugang zum Arbeitsmarkt – Stichwort Bürokratieabbau. Auch die Anerkennung von Schulabschlüssen und Ausbildungen muss schnellstmöglich vereinfacht und beschleunigt werden. Stattdessen passiert das Gegenteil: Die Erfassung der Arbeitszeit und eine vorgeschriebene Tagesarbeitszeit sind eine Zumutung und ein Bürokratiemonster! Ein weiteres Manko bei der Anwerbung von Arbeitskräften ist fehlender bezahlbarer Wohnraum. Dieses Problem wurde in den vergangenen Jahren schlichtweg von der Politik übersehen oder verschlafen. Eine kurzfristige Lösung ist nicht machbar – umso dringender ist hier der Handlungsbedarf.

Sie sehen also, wir stehen weiter vor großen Herausforderungen, machen uns aber auch für die Zukunft schlagkräftiger. Wir sind uns sicher, dass wir mit unseren Projekten, unseren Fortschritten bei der Digitalisierung und unseren Kampagnen auf einem guten Weg sind.



10 gute Gründe für eine Mitgliedschaft im BHV

1. Wir sind ein starker Partner in allen Belangen rund um das Thema Gesundheit in Bayern.
2. Wir vertreten die Interessen unserer Mitglieder gegenüber der Politik, den Kostenträgern und sonstigen Verbänden und Organisationen.
3. Wir fördern den aktiven Wissensaustausch zwischen unseren Mitgliedern und Partnern.
4. Wir knüpfen Kooperationen mit attraktiven Partnern der Gesundheitswirtschaft, um deren Angebote unseren Mitgliedern zugänglich zu machen.
5. Wir setzen uns gemeinsam mit unseren Partnern aus Wissenschaft und Forschung für innovative Studien im Bereich Kurortwissenschaften, Wirksamkeitsnachweise und Produktentwicklung ein.
6. Wir eröffnen unseren Mitgliedern Zugänge zu attraktiven Förderprogrammen der Bundes- und Landespolitik und der EU.
7. Wir verhandeln mit den Krankenkassenverbänden in Bayern die Preise für kurortspezifische Leistungen und gesundheitsfördernde Maßnahmen, die im Rahmen von ambulanten Vorsorgemaßnahmen nach § 23 Absatz 2 SGB V abgegeben werden.
8. Wir bieten mit unserer Marke GESUNDES BAYERN eine attraktive und chancenreiche Plattform zur gesundheitstouristischen Vermarktung. Ausschließlich unsere Mitglieder können sich zu Vorzugskonditionen an den vielfältigen Marketingmaßnahmen beteiligen.
9. Wir unterstützen unsere Mitglieder bei der Produktentwicklung und Profilierung im modernen Gesundheitstourismus.
10. Wir sind Hauptgesellschafter bei der BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH und vertreten die Interessen unserer Mitglieder auf Ebene des Landestourismusmarketings.





Erfolgreiche Zuweiser-Kampagne - Maßnahmen 2023

Wir haben lange darauf hingearbeitet, doch jetzt sind wir auf einem guten und sehr erfolgreichen Weg: Unsere Zuweiser-Kampagne findet immer mehr Zuspruch. Wir bedanken uns dafür bei der Ärztin Ulrike Stefanowski, unserem ärztlichen Berater Dr. Christian Alex und der Agentur Wilde & Partner, die gemeinsam dafür sorgen, dass diese Kampagne läuft – auf Kongressen, mit Newslettern und Zeitungsartikeln oder als Teil der CME-Fortbildungen für die Mediziner. Hier einige Zahlen:

Von 2022 bis Juni 2023 haben wir mit Beiträgen in Newslettern oder mit Mailings fast 9000 Ärztinnen und Ärzte erreicht, mit Vorträgen auf Kongressen waren es 5.500. Dazu kam ein Beileger in der Ärzte-Zeitung in Bayern, Baden-Württemberg und Thüringen mit einer Auflage von 18.000 Exemplaren. Bis Mitte Juni 2023 gab es bei der CME-Online-Fortbildung mit vier Punkten über 1000 Absolventen, die Tendenz ist auch hier steigend. Diesen Weg werden wir weiter gehen!



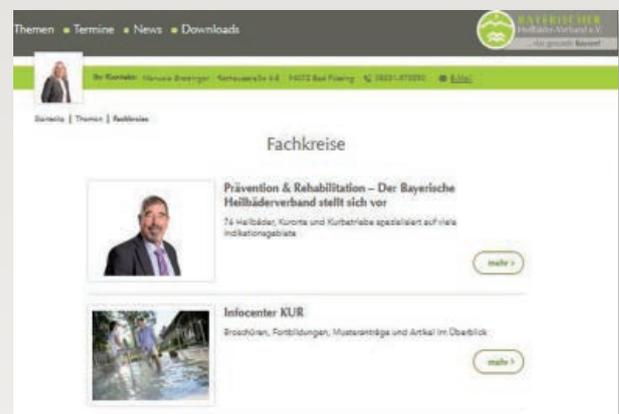
Dr. med.
Ulrike Stefanowski



Dr. Christian Alex

Zuweisermarketing 2023

One Pager für medizinische Fachkreise Integriert in die Webseite des Bayerischen Heilbäder-Verbandes





Zuweisermarketing 2023

CME Fortbildung

- Webinar mit CME-Verlag
- Seit 3. April buchbar für 12 Monate
- **Aktuell 1095 Teilnehmer**
(Stand 9. Oktober) überdurchschnittlicher Wert!
- **Top 10 Platz im Ranking**
aller 30 CME-Kurse 2023
- Bewertung aktuell:
4,2 Sterne von 5

Zuweisermarketing 2023

Beileger **ÄRZTE ZEITUNG** **Auflage: 18.000**

(Bayern, Baden-Württemberg,
Thüringen),
Erschienen:
15. Juni
Rückmeldungen positiv!

Wilde & Partner

Zuweisermarketing

Rückblick & Ausblick

Kurs aufrufen >

Kursinfo	
Web-Nummer	2760709123644250018
Zeitraum	03.04.2023 - 02.04.2024
Zertifiziert in	D, A
Zertifiziert durch	Akademie für Ärztliche Fortbildung Rheinland Pfalz
CME-Punkte	4 Punkte (Kategorie D)
Zielgruppe	Ärzt
Autor	Prof. Dr. med. Jörg Schelling Dr. med. Ralph Braß
Redaktion	CME-Verlag
Veranstaltungstyp	Webcast
Lernmaterial	Vorträge, Handout (pdf), Lernerfolgskontrolle
Fortbildungspartner	Bayerischer Heilbäder Verband
Bewertung	★★★★★ 4,2 (1095)

IB Invalische / Technische Unterstützung / Transparenz

BAYERISCH
Heilbäder Verband
Der gesunde Ort

Kur auf Kassenrezept

Das Comeback der ambulanten Vorsorgekur - Pflichtleistung der Krankenkassen nach § 23 SGB V

Mit dem Inkrafttreten im Juli 2021 wurden ambulante Vorsorgeleistungen in anerkannten Kurorten und stationäre Vorsorgeleistungen in Pflichtleistungen der gesetzlichen Krankenkassen umgewandelt. Der Bayerische Heilbäder Verband e.V. bietet hierzu ein umfangreiches Informationsportal zu Indikationen, Therapien und Antragstellung sowie eine neue Fortbildung (8 Punkte) für die „Ambulante Kur“ an.

Fakten zur „Ambulanten Kur“:

- Ambulante Vorsorgeleistungen sind seit Juli 2021 wieder Pflichtleistungen der gesetzlichen Krankenkassen (§ 23 Abs. 2 Sozialgesetzbuch V)
- Der Patient kann die Leistungen über 3-4 Jahre beanspruchen.
- Jede Krankenkasse hat 31 eigene 2-Heftige Antragsformulare:
1. amtlicher Teil (Dinoklub Nr. 22) und 2. besondere offenes Formular (nach Patienten zu beantragen)

Fallbeispiel (Rückgr.) SCHMERZ	Fallbeispiel RHEUMA
<p>Anamnese: 55-jährige Journalistin, zunehmende unspontische Schmerzen im unteren Rücken, seit 3 Jahren nimmt die Patientin Schmerzmittel in steigender Dosierung (NSAR)</p> <p>Anwendungen: Multimodale Therapie mit ambulanter Balneol- und Einzel- und gebündelter Hallerbad (Stein, Radio) zur Verminderung der Krankheitswahrnehmung („Antrieb“)</p> <p>Ergebnis: Deutliche Besserung der Beweglichkeit und Reduktion der NSAR-Dosierung</p>	<p>Anamnese: 47-jährige Rheumapatientin mit deutlichen Einschränkungen der Beweglichkeit in allen Schenkel- und der Wirbelsäule.</p> <p>Anwendungen: CO₂ Solbad, Moorbad, krankengymnastische Einzelbehandlung, Massage, Kneipp-Therapie, Wassergymnastik.</p> <p>Ergebnis: Deutliche Besserung des Befindens, der Schmerzen und der Leistungsfähigkeit.</p>

www.bayerischer-heilbaeder-verband.de





BAYERN TOURISMUS MARKETING GMBH 2023

Short Facts

„Fingerschnipp-Kampagne“ Soziale Medien

© Bayern Tourismus Marketing GmbH 2023

- Imagekampagne
 - > Bekanntheit erhöhen (Reichweite)
- Im Frühling/Frühsommer:
 - Content Creator reisen für GESUNDES BAYERN in verschiedene bayerische Heilbäder und Kurorte und erleben dort alle Heilmittel und Naturheilmittel plus Waldgesundheit und Ayurveda.
 - Aufhänger (je nach Influencer): Mental Load, Migräne, Me-Time, etwas Neues ausprobieren.
- Im Herbst:
 - Mit dem im Frühling produzierten Material der Content Creatorinnen produzieren wir neue Clips, die alle Heilmittel und Heilverfahren authentisch und modern präsentieren.

Content Creator

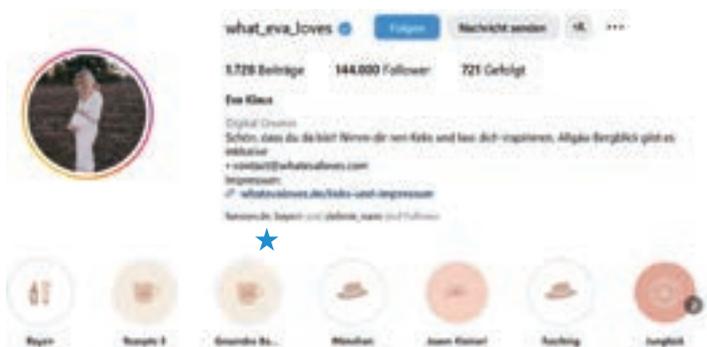
Für GESUNDES BAYERN unterwegs

© Bayern Tourismus Marketing GmbH 2023

- **so.leben.wir (151.000)**
Sole, Thermalwasser, Waldgesundheit, reizarmes Klima
- **what_eva_loves (144.000)**
Kneipp und Moor
- **sabinevillajosefina (44.300)**
Heilwasser, Staatsbäder, Ayurveda
- **globusliebe (56.100)**
Schrothkur
- **saskiajohanna (64.300)**
Heilklima

@what_eva_loves

Moor, Kneipp



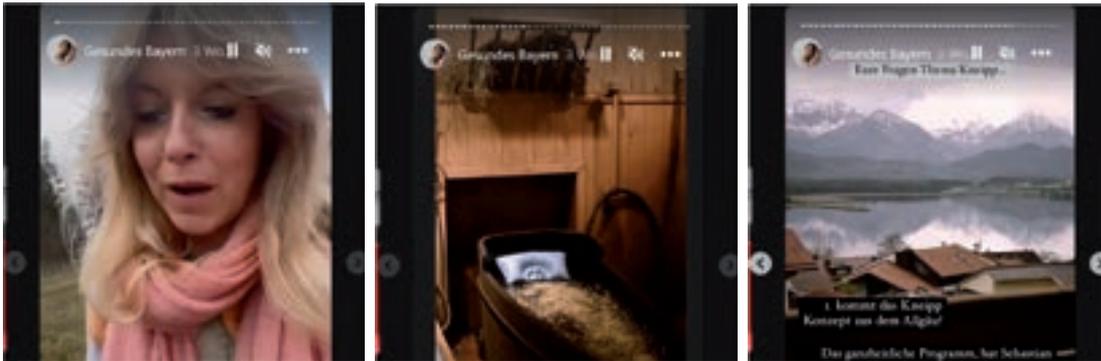
★ Stories bleiben als Highlight in der Bio!

- 839.000 TOTAL IMPRESSIONS
- 174 TOTAL LINK KLIKS



@what_eva_loves

Stories (mind. 7/Produktionstag) – ein Auszug, bleiben als Highlight in der Bio



@what_eva_loves

Reel (bitte auf Wiedergabe drücken)

Feed

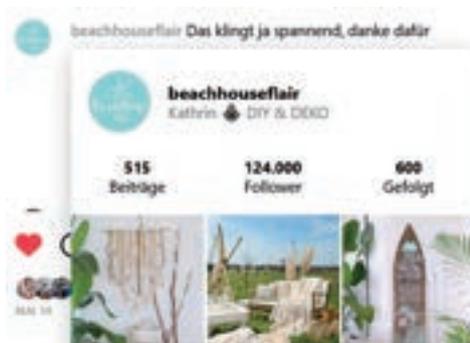


what_eva_loves
Hochzeits

what_eva_loves Werbung für @gesundebayern. Vor zwei Wochen machte ich mich auf die Reise um etwas über die heilende Wirkung des Moors in Bad Bayersoien zu lernen. Ein Moorbad ist übrigens auch bei Kinderwunsch förderlich. Im Moor sind Substanzen vorhanden, die für hormonelle Wirkungen verantwortlich sind und zudem durch Resorption über die Haut in den Körper gelangen. Weiter ging es an den Hopfenwee um etwas mehr über die Lehren des Alligiers Sebastian Kneipp zu erfahren. Kneipp und verstaubt! Von wege! Seine Methoden erleben schon seit einiger Zeit ein Comeback. Wasseranwendungen, Heilkräuter, gesunde Ernährung, ausreichend Bewegung und innere Ordnung – alles totalzeit! Warum Karen im allgemeinen

@what_eva_loves

Community Feedback



naschwanda Dank deiner Inspiration haben wir jetzt unseren Hochzeitstag im Hotel am Bayersoier See gebucht 🥰 Unser Lieblingssee. Waren wir schon oft, doch durch deinen schönen Beitrag haben wir das Hotel wahrgenommen und freuen uns riesig. Danke Eva 🥰🥰🥰

1 Wo · Gefällt 1 Mal · Antworten

Antworten verbergen

what_eva_loves @naschwanda das freut mich sehr. Dann musst du unbedingt ein Moorbad nehmen 🥰

fraulein.wuschel Da bekomme ich direkt auch Lust auf noch eine Auszeit. Danke für die Inspiration 🥰

fides_goods zurück zu Altbewährtem wird gerade, glaube ich, immer wichtiger 🥰





Maßnahmen 2023

Frühjahrskampagne:

- Content Creator-Kampagne
- Ziel: Reichweite / Image Output
Gesamt
- 2.025.282 Impressions
- 4.472 Link Klicks
- 467.600 Gesamtfollower*innen
der Creator-Accounts

Herbstkampagne:

- Material aus der Frühjahrskampagne
neu aufbereitet
(authentisch, keine extra Produktionskosten)
- Laufzeit: 6 Wochen ab Anfang Oktober
- Ziel: Reichweite / Image
- Eigene GESUNDES BAYERN-Kanäle
plus Dark Ads
- Verlängerung auf Bayern-Kanäle

Neue Expertin:

Nathalie Elitzer

Neuer Content Gsunde Gschichten:

bereits online, im Oktober reist Autorin nach Bad Griesbach Thema Faszientraining, weitere Anfrage liegt bei Bad Heilbrunn (Heilklima, Bogenschießen)

SEO:

Seitenstruktur von www.gesundes-bayern.de technisch und in Bezug auf Keywords optimiert

SEA:

diverse Kampagnen ongoing

Social Media:

1 Reel/Monat

Unterstützung Gesundheitsfinder





Impressum



Herausgeber:

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

Verantwortlicher:

Thomas Jahn, Geschäftsführer

Redaktion:

Manuela Brodinger, Geschäftsstelle

Konzept & Gestaltung:

IKL – Idee, Konzept, Layout
94094 Rotthalmünster
Telefon: 0173 6967769
E-Mail: nhuber@ikl-agenturhuber.de
Internet: www.ikl-agenturhuber.de

Bildnachweis:

Bildarchiv BHV
erlebe.bayern - Gert Krautbauer
erlebe.bayern - Peter von Felbert
Roland Schraut
stock.adobe.com - Mariia Korneva; Molostock
Tourismuszentrum Oberpfälzer Wald
www.gesundes-bayern.de - Tobias Gerber
Gäste & Kurservice Bad Griesbach
Pedagrafie
Drohne Passau
Florian Orth
www.badbirnbach.de
Michael Stadlthanner
Hansi Heckmair
Clemens Mayer
PR Agentur Rosi Raab



Bayerischer Heilbäder-Verband e.V.



www.ik-agenturhuber.de

Bayerischer Heilbäder-Verband e.V.

Rathausstraße 6-8 | 94072 Bad Füssing | **Telefon:** 08531 975-590 | **Telefax:** 08531 21367 | **Kostenfreie Servicenummer:** 0800 5876783

E-Mail: gs@bayerischer-heilbaeder-verband.de | **Internet:** www.bayerischer-heilbaeder-verband.de

