

Gesundheitstourismus als Wirtschaftsmotor

Paradigmenwechsel nötig

Der Gesundheitstourismus spielt eine wichtige Rolle im bayerischen Tourismus und auch für die Lebensqualität der Einheimischen vor Ort. Der Grund: Das bewusste „etwas für die Gesundheit tun“ bekommt einen immer höheren Stellenwert in unserer Gesellschaft. Allerdings stehen medizinische und gesundheitstouristische Anbieter zunehmend unter Druck. Gründe sind unter anderem die geänderten Rahmenbedingungen des Kurwesens, die Nachwirkungen der Corona-Pandemie und steigende Energiepreise.

Wir leisten viel – auch für die Kommunen

Der Gesundheitstourismus ist ein verlässlicher Umsatzbringer. Über Steuereinnahmen leistet er einen wichtigen Beitrag zur Finanzierung der öffentlichen Haushalte. Als Jobmotor schafft und sichert er ortsgebundene Arbeitsplätze in vielen Bereichen. Und: Über Instrumente wie die Kurtaxe oder die Fremdenverkehrsabgabe trägt er direkt zur Verbesserung der lokalen Infrastruktur bei. Hiervon profitieren Gäste ebenso wie Einheimische und Unternehmen vor Ort. Das Tourismusengagement eines Ortes zählt sich aus. Gleichzeitig steigert es die Attraktivität und



Lebensqualität für Einheimische und Gäste. Umgekehrt bedeutet das aber auch: Ohne eine adäquate Finanzierung kommt der Wirtschaftsmotor Gesundheitstourismus zum Stillstand, mit negativen Folgen für die Kommune und die dort lebenden Menschen. Sinkt die Attraktivität eines Ortes, siedeln sich weniger Ärzte an. Der Einzelhandel geht zurück, das kulturelle Angebot wird kleiner, die Einnahmen der Kommunen sinken. „Wir fordern, dass die zu den freiwilligen Leistungen zählenden

kommunalen Ausgaben und Investitionen für den Gesundheitstourismus als mittelbare Pflichtaufgaben betrachtet und somit gesichert werden. Durch die vielfältigen wirtschaftlichen Effekte braucht es eine gesonderte Betrachtung, da hier insbesondere die Voraussetzungen zum Erhalt der Prädikate aus der Bayerischen Anerkennungsverordnung erfüllt werden müssen. „Man darf den Ast nicht absägen, auf dem man sitzt“, so Peter Berek, Vorsitzender des Bayerischen Heilbäder-Verbandes.

Experten zur Bedeutung des Gesundheitstourismus in Bayern:

„Tourismus ist kein Selbstzweck – aber eine Chance, Lebensqualität neu zu denken.“

Prof. Dr. Harald Pechlaner,
Lehrstuhl Tourismus
Katholische Universität
Eichstätt-Ingolstadt,
Leiter des Zentrums für
Entrepreneurship

„Das Bewusstsein der Gäste für ihre Gesundheit ist hoch, vor allem Prävention hat einen immer höheren Stellenwert.“

Prof. Alfred Bauer,
Vorstand Bayerisches
Zentrum für Tourismus
(BZT)

„Den Kommunen fließen durchschnittlich Steuereinnahmen aus dem Tourismus zwischen einem Prozent und weit mehr als drei Prozent der dort realisierten touristischen Nettoumsätze zu.“

Heiko Rainer,
dwif Tourismusberatung

VERANSTALTUNG

Bedeutung, Wirtschaftskraft und Effekte des Gesundheitstourismus für unsere Kommunen

© Bayerischer Heilbäderverband



Kai Tiemer (DEHOGA Bayern), Bgm. Stephan Schlier, Prof. Alfred Bauer, Thomas Jahn (Kurdirektor Bad Aibling), Frank Oette (Gesundes Bayern, Bayerischer Heilbäder-Verband), Prof. Harald Pechlaner, Dr. Thomas Geppert (DEHOGA Bayern), Heiko Rainer, Klaus Stöttner (Präs. Tourismus Oberbayern München e. V., v. li.)

Spannende Erkenntnisse

Bedeutung, Wirtschaftskraft und Effekte des Gesundheitstourismus für unsere Kommunen waren Thema eines Fachaustauschs in Bad Aibling. Als Referenten stellten Prof. Harald Pechlaner (Lehrstuhl Tourismus – Zentrum für Entrepreneurship), Prof. Alfred Bauer (Bayerisches Zentrum für Tourismus e. V.) und Heiko Rainer (dwif – Tourismusberatung) ihre Einschätzungen vor. Dabei beleuchteten sie die ökologischen, ökonomischen und soziokulturellen Auswirkungen des Tourismus auf Gäste, Einheimische und Unternehmen. Fazit: Wir müssen jetzt den Mut haben, größer zu denken!

NEUES AUS DER POLITIK

Prävention statt ständig steigender Sozialversicherungsbeiträge



„Wenn wir unser krankes Sozialversicherungssystem gesunden wollen, müssen wir die Ursachen anpacken und nicht nur oberflächlich die Symptome behandeln“, so der Vorsitzende des Bayerischen Heilbäder-Verbandes (BHV), Landrat Peter Berek. „Die oberste Devise ist hier die Prävention. Die neue Bundesregierung muss die Prävention endlich in einem Präventionsgesetz regeln, um eine Trendwende im Gesundheitswesen zu schaffen. Der Bayerische Heilbäder-Verband wird so lange nicht nachgeben, bis die Prävention eine Kernleistung des deutschen Gesundheitssystems ist und nicht in den Satzungsleistungen der Kassen untergeht“, so Berek.

News aus Berlin

Wir vertreten aktiv die Interessen der prädikatisierten Heil- und Kurbäder auf Bundesebene. Caroline Geiser im „Hauptstadtbüro Integrative Medizin & Gesundheit“ in der Kronenstraße in Berlin-Mitte koordiniert Politik- und Interessenvertretung – etwa Veranstaltungen, Anhörungen und Vernetzung mit Bundestagsabgeordneten, Ministerien, Krankenkassen und anderen Fachverbänden. Inhaltlich geht es darum, dass Prävention mehr Wertschätzung und eine höhere Priorität im Gesundheitswesen braucht. Die Forderungen reichen von besseren Strukturen, bürokratischen Vereinfachungen und gezielter Förderung bis hin zur digitalen und sektorübergreifenden Versorgung. Damit positionieren sich die bayerischen Heilbäder und Kurorte als innovative Partner für Gesundheitspolitik und Gesundheitstourismus. Trotz des politischen Umbruchs in Berlin – mit neuen Gesichtern in Ministerien und Ausschüssen – bleiben die bayerischen Kur- und Heilbäder auf Bundesebene aktiv, vernetzen sich weiter und bringen Gesundheitstourismus und Prävention in die politische Diskussion ein.

WIR FÜR EUCH



Energieeffizienznetzwerk

Das Energieeffizienznetzwerk der bayrischen Kur- und Heilbäder wird weiter intensiviert. Bei einem Treffen des Netzwerkes in der Altmühltherme in Treuchtlingen wartete ein spannender Vortrag zum Energiekonzept inkl. Führung durch die beeindruckende Technik mit Vorstand Ulrich Schumann. Einen Impulsvortrag mit vielen konkreten Ideen zur Steigerung der Energieeffizienz lieferte Frank Bienkowski von mpuls consult. Neben Bürgermeisterin Dr. Dr. Kristina Becker wirkte auch Dr. Johann Niggel aus dem Bayer. Staatsministerium für Landwirtschaft, Ernährung, Forsten und Tourismus mit.



Thomas Beck, Peter Berek, Annette Rösler (Bäderverband Mecklenburg-Vorpommern e. V.), Christian Zornow (Präs. des Bäderverbandes Mecklenburg-Vorpommern) und Frank Oette (v. li.)

Strandkorb trifft Lederhose

Gesundheitstourismus in Bayern und Mecklenburg-Vorpommern ist mehr, als in den Bergen zu wandern oder in der Ostsee zu baden, darüber sind sich der Bayerische Heilbäder-Verband und der Bäderverband Mecklenburg-Vorpommern einig. Im Rahmen des 28. Bädertages im Ostseebad Boltenhagen schlossen die beiden Verbände mit der „Nord-Süd-Achse“ eine starke Kooperation. Der 1. Vorsitzende des Bayerischen Heilbäder-Verbands Peter Berek bringt es auf den Punkt. „Es braucht einen deutlichen Paradigmenwechsel in der Politik! Die Zukunft lautet Prävention vor Reha vor Rente vor Pflege“, so seine deutlichen Worte. Ziel der vereinbarten Partnerschaft ist die politische Diskussion zum richtigen Zeitpunkt mit den richtigen Themen in den Bundesländern und in Berlin, so Peter Berek und Christian Zornow gemeinsam.

Neues Produktentwicklungskonzept

Gute Produkte sind essenziell, um die unterschiedlichen Gesundheitsbedürfnisse und -ziele der Gäste abzudecken. Gleichzeitig ermöglichen sie es, transparente und passende Programme anzubieten. Das steigert die Wettbewerbsfähigkeit als Gesundheitsdestination nachhaltig. Dafür wurde eine Systematik entwickelt. Basis ist das neue **Drei-Stufen-Angebotskonzept**:

- **Stufe 1:** Leichter Einstieg in gesundheitsfördernde Maßnahmen. Ein Basisangebot mit Fokus auf Wohlbefinden, Prävention und das Kennenlernen des ortsgebundenen Heilmittels.
- **Stufe 2:** Vertiefte Programme mit individualisierten Inhalten. Ein Angebot für Fortgeschrittene, das Regeneration und Kompetenzvermittlung in den Mittelpunkt stellt.

Digitaler Kurantrag: Erfolg durch gezielte Kampagne

Die Kampagne „Digitaler Kurantrag“ hat nicht nur die Aufmerksamkeit der Zielgruppe gewonnen, sondern diese auch zur aktiven Nutzung motiviert. Mit knapp 85.000 über die Kampagne gestarteten Anträgen setzt sie Maßstäbe für die Digitalisierung im Gesundheitstourismus.

ERFOLGSZAHLEN DER KAMPAGNE

84.746

GESTARTETE KURANTRÄGE
direkt über die Kampagne

3.770

DOWNLOADS
der notwendigen Dokumente

EINE KONVERSIONSRATE VON

2,25 %

zeigt, dass die Kampagne nicht nur Reichweite, sondern auch handfeste Ergebnisse erzielt hat



Der Onlineauftritt bietet eine niederschwellige Möglichkeit, Gäste anzusprechen.

- **Stufe 3:** Höchst spezialisierte, evidenzbasierte medizinische Therapien.

Bei allen Angeboten immer dabei – das ortsgebundene Heilmittel! Die darauf aufbauende Kommunikations-

strategie konzentriert sich vor allem auf die ersten beiden Stufen. Sie soll der Zielgruppe online einen leichteren Einstieg ermöglichen, um die Angebote der bayerischen Kur- und Heilbäder kennenzulernen.

Produktzertifizierung 2.0

Ab sofort haben Anbieter die Möglichkeit, ihre Gesundheitsangebote einfach, schnell und professionell zertifizieren zu lassen:

1. Institution auswählen

Wählen Sie den Partner, das Mitglied oder den Ort aus, unter dem Ihr Produkt auf „Gesundes Bayern“ und im Gesundheitsfinder angezeigt werden soll.

2. Produkt erfassen

Legen Sie Ihr Angebot anhand klar definierter Qualitätskriterien im System an. Den Kriterienkatalog finden Sie im Anhang.

3. KI-Vorprüfung

Unsere intelligente Vorprüfung erkennt frühzeitig fehlende Angaben

oder Abweichungen, die Sie anschließend korrigieren können.

4. Externe Bewertung

Eine unabhängige Institution prüft Ihr Produkt auf die Einhaltung der Qualitätsstandards.

5. Zertifizierung & Veröffentlichung

Nach erfolgreicher Prüfung erhält Ihr Angebot das Siegel „Gesundes Bayern zertifiziert“ und wird auf der Plattform veröffentlicht. Sie werden per E-Mail informiert.

Digitale Dashboards für Bayerns Heilbäder und Kurorte

Mit den digitalen Dashboards bietet die Gesundes Bayern Tourismus Marketing GmbH eine innovative Lösung, um die Marketing- und Angebotsperformance der einzelnen Destinationen auf [gesundens-bayern.de](#) transparent und nachvollziehbar zu machen. Ob es sich um Seitenaufrufe, Klicks auf den E-Mail-Button oder spezifische Interaktionen mit einzelnen Angeboten handelt – alle relevanten Kennzahlen werden übersichtlich dargestellt und in Echtzeit aktualisiert. Dieses innovative Tool schafft nicht nur Transparenz, sondern auch eine neue Basis für datengestütztes Arbeiten.

On Tour in Bayern

Trotz schwieriger Rahmenbedingungen und mitten im Aufbruch und Wandel arbeitet der Marketingausschuss mit viel Energie, Herzblut und Zuversicht an der Zukunft. Bei vier Regionalkonferenzen zum Thema „Produktentwicklung und -zertifizierung“ wurden in Bad Tölz, Oy-Mittelberg, Bad Kötzing und Bad Staffelstein die Ergebnisse vorgestellt. Fazit: Wir wollen attraktive Präventionsangebote auf Basis unserer natürlichen Heilmittel entwickeln, erfolgreich vermarkten und in unseren Kur- und Heilbädern erlebbar machen. Wir freuen uns auf viele neue, starke Produkte!

Potenziale für die Stärkung des Gesundheitstourismus

Thema der öffentlichen Frühjahrstagung des Bayerischen Heilbäderverbandes, die sich an alle prädikatisierten Kur- und Heilbäder richtet, war u. a. die repräsentative Umfrage „Gesundheitsurlaub“ des Bayerischen Zentrums für Tourismus (BZT). Diese sieht große Potenziale für eine Stärkung des Gesundheitstourismus. So haben 19 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung im Alter zwischen 18 und 74 Jahren schon einmal eine Reise mit dem Hauptanlass „Gesundheit“ unternommen. Fast alle von ihnen können sich vorstellen, in Zukunft wieder einen Gesundheitsurlaub zu machen. Zusammen mit BZT-Geschäftsführer Prof. Alfred Bauer beschäftigten sich die Teilnehmer der Tagung in Workshops mit möglichen neuen Angeboten.

„Wir werden neue Produkte entwickeln, unser Marketing verstärken und orientieren uns dabei an den Ergebnissen der Studie. Sie zeigt uns auf, was die potenziellen Gäste wünschen“, erläuterte BHV-Geschäftsführer Frank Oette. „82 Prozent der Befragten wollen vor allem Ruhe und Erholung, 81 Prozent ein gesundes Klima und für 80 Prozent spielt das Preis-Leistungsverhältnis eine große Rolle. Unsere Heilbäder und Kurorte haben mit ihren ortsgebundenen Heilmitteln wie Moor, Sole oder Thermen und mit ihrem Heilklima beste Voraussetzungen für maßgeschneiderte Gesundheitsprogramme, die sich mit einem Urlaub gut verbinden lassen. Wir sind uns sicher, dass wir damit mehr und neue Gäste gewinnen können.“

Erfolgreiche ITB



Tourismusministerin Michaela Kaniber mit Frank Oette

Wir blicken auf eine erfolgreiche ITB zurück. Drei Tage lang haben wir unsere Kur- und Heilbäder Bayerns präsentiert, das Netzwerk gepflegt, Kontakte geknüpft und spannende Fachgespräche geführt. Unsere Tourismusministerin Michaela Kaniber hat uns ebenfalls besucht und war beeindruckt von unserer Aufbruchstimmung und Innovationskraft!

NEUES AUS DEN KURORTEN



Frank Oette, Peter Berek, Peter Holetschek, Bgm. Ulrich Pfanner und Klaus Holetschek (v. li.)

1. Scheidegger Gesundheitssymposium

Der Markt Scheidegg und der Bayerische Heilbäder-Verband wollen das Thema Rehabilitation als wichtigen Teil der Gesundheitsversorgung ins Bewusstsein der Bevölkerung und der Politik rücken. Deshalb veranstalten sie gemeinsam das „Erste Scheidegger Gesundheitssymposium“ – mit einem Gesundheitstag für die breite Öffentlichkeit, einer Fachtagung und der Verleihung des Scheidegger Gesundheitspreises. Dieser ging an den CSU-Fraktionsvorsitzenden im Bayerischen Landtag und ehemaligen Bayerischen Gesundheitsminister Klaus Holetschek.

Bad Hindelang: Bald eines der besten Tourismusdörfer der Welt?

Die Welttourismusorganisation der Vereinten Nationen kürt jährlich die besten Tourismusdörfer der Welt. Dieses Jahr ist Deutschland erstmals mit drei Orten dabei, darunter Bad Hindelang. Die globale Auszeichnung ehrt Dörfer, die sich durch kulturelles Erbe, soziale Inklusion und nachhaltige Entwicklung besonders hervorheben. Die drei deutschen Bewerber hoffen nicht nur auf internationale Anerkennung, sondern auch auf den Zugang zum weltweiten Netzwerk der Tourismusdörfer, das den globalen Wissensaustausch im nachhaltigen Tourismus fördert. Im dritten Quartal 2025 wird die Entscheidung über die diesjährigen Gewinner erwartet – zu Redaktionsschluss stand diese noch nicht fest.

3 Fragen an ...



... Frank Oette

Geschäftsführer der Gesundes Bayern Tourismus Marketing GmbH

Der Hut brennt – wie schätzen Sie die Lage konkret ein und wie unterstützt Gesundes Bayern angesichts der aktuellen Situation?

Tatsächlich geht es unseren Kur- und Heilbädern aktuell nicht wirklich gut. Die schwierige finanzielle Situation der Kommunen, aufgrund ihrer stetig wachsenden Pflichtaufgaben, lässt keinen Spielraum mehr für freiwillige Leistungen, zu denen nun mal der Tourismus und alles, was einen Kurort ausmacht, gehört. Ein Kurort erbringt für seine Prädikatisierung und deren Erhalt außergewöhnliche Leistungen, die entsprechend gewürdigt und unterstützt werden müssen.

Welche Maßnahmen sind geplant bzw. werden aktuell gesetzt?

Wir unterstützen alle prädikatisierten Kur- und Heilbäder darin, die Wirtschaftskraft und Wertschöpfung unserer Branche in den Mittelpunkt zu rücken, und fordern auf der politischen Ebene eine auskömmliche Finanzausstattung der Kommunen zur Erfüllung dieser Aufgaben. Auf der anderen Seite unterstützen wir mit dem Gesunden Bayern bei der Produktentwicklung und im Marketing, um entsprechende Angebote im Megatrend Gesundheitstourismus mit unseren natürlichen Heilmitteln und Heilverfahren erfolgreich zu platzieren.

Was wurde bereits erreicht?

Wir haben unsere Marketingaktivitäten nun komplett vertriebsorientiert ausgerichtet und schaffen mit unserer neu entwickelten Produktzertifizierung im Gesunden Bayern die Voraussetzungen, um noch mehr Menschen für das Thema Gesundheit, unsere natürlichen Heilmittel und Heilverfahren zu sensibilisieren und zu begeistern. Durch unsere marktgerechten Produkte wollen wir unsere Gäste gezielt die Wirksamkeit von Heilwasser, Sole, Moor, Klima, Wald, Kneipp und Schroth erleben lassen und zu einem gesünderen Lebensstil anregen.

Danke für das Gespräch.

AKTUELLES

Bad Weißenstadt ist neues Heilbad



Claudia Kreuzer und Manfred Busch (beide Vorstand KU Kurortentwicklung), Peter Berek, Tobias Kurz, Stephan Gesell (GF Siebenquell GesundZeitResort), Bgm. Matthias Beck und Frank Oette (v. li.)

Bad Weißenstadt ist nun offiziell das 49. Heilbad Bayerns und hat damit das höchste Prädikat erhalten. Der Fokus des Kurorts liegt auf Heilquellen: So bietet das Kurzentrum unter anderem schmerzlindernde Radon- und Ganzkörperkältetherapien an.

In der Siebenquell-Therme vor Ort können Besucher im Schwefel-Fluorid-Thermalwasser entspannen oder die abwechslungsreiche Bade- und Saunalandschaft genießen.

Neue Kollegin in der Geschäftsstelle



Zum 1. August verstärkt Magdalena Resch die Geschäftsstelle des Bayerischen Heilbäder-Verbandes und der Gesundes Bayern Tourismus Marketing GmbH als Assistenz der Geschäftsführung. Die Betriebswirtin verfügt über umfangreiche Erfahrungen in den Bereichen Controlling, Koordination von Projekten, Auswertung und Aufbereitung von Daten und der Kommunikation mit internen und externen Partnern.

Weitere Informationen

Gefördert durch
Bayerisches Staatsministerium für
Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus

Kontaktieren Sie uns:

Gesundes Bayern Tourismus Marketing GmbH
Telefon: +49 (0)8531/975 590
E-Mail: info@gesundes-bayern.de
www.gesundes-bayern.de

Sie würden den KURier gerne digital lesen? Scannen Sie bitte gerne den Code:



Herausgeber und für den Inhalt verantwortlich:

Gesundes Bayern Tourismus Marketing GmbH ein Tochterunternehmen des Bayerischen Heilbäder-Verband e.V., Rathausstraße 6-8/94072 Bad Füssing/info@gesundes-bayern.de • **Layout & Produktion:** Marco Lösch, BA (LtG.), marcoloesch.com • Brandmedia KG/PR & Kommunikation • **Druck:** Ferdinand Berger & Söhne Ges.m.b.H., Horn