



dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

Gefördert durch

Bayerisches Staatsministerium für
Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus



Endbericht

BEDEUTUNG DER PRÄDIKATISIERUNG VON KURORTEN IN BAYERN

BEDEUTUNG DER PRÄDIKATISIERUNG VON KURORTEN IN BAYERN

ENDBERICHT

Ihre Ansprechpartner*innen



HEIKO RAINER

Geschäftsführer und Leiter Infrastruk-
turentwicklung und Betriebsberatung
h.rainer@dwif.de
Tel. +49(0) 89 / 237 028 9-22



VERONIKA KRAUS

Consultant
v.kraus@dwif.de
Tel. +49(0) 89 237 0289 14

dwif-Consulting GmbH
Marienstr. 19/20, 10117 Berlin
Sonnenstr. 27, 80331 München
www.dwif.de

dwif-Consulting GmbH
München, den 15. Juli 2026



INHALT

I.	KURZFASSUNG: KURORTE WIRKEN!	- 4 -
II.	AUFGABENSTELLUNG & VORGEHENSWEISE	- 8 -
III.	WIRTSCHAFTSFAKTOR HEILBÄDER BAYERN 2024	- 9 -
1.	Touristische Nachfrage, Bruttoumsätze und Wertschöpfung	- 9 -
2.	Arbeitsmarkteffekte durch den Tourismus	- 10 -
3.	Steueraufkommen aus dem Tourismus	- 10 -
4.	Ökonomische Bedeutung auch im Zeitvergleich hoch	- 10 -
IV.	BEDEUTUNG DER PRÄDIKATISIERUNG	- 11 -
1.	Nutzen aus Sicht der Gäste	- 11 -
1.1	Orientierung und Vertrauen bei der Reiseentscheidung	- 11 -
1.2	Gäste können von finanziellen Vorteilen profitieren	- 11 -
1.3	Gäste verbinden verlässliche Erholungsqualität mit der Prädikatisierung	- 12 -
1.4	Medizinisch geprüfte Angebote stärken Gesundheitskompetenz der Orte	- 13 -
2.	Nutzen aus Sicht der Kurorte	- 14 -
2.1	Stärkere Position im Gesundheitstourismus	- 14 -
2.2	Finanzieller Spielraum	- 15 -
2.3	Bessere Vermarktungsmöglichkeiten	- 15 -
2.4	Qualitätssteuerung und nachhaltige Entwicklung	- 16 -
2.5	Standortqualität und Fachkräfte	- 17 -
V.	HERAUSFORDERUNGEN UND ZUKUNFTSTHEMEN	- 19 -
1.	Ergebnisse der Online-Befragung	- 19 -
1.1	Rahmendaten der befragten Heilbäder und Kurorte	- 19 -
1.2	Herausforderungen der Heilbäder und Kurorte	- 20 -
1.3	Zukunftsthemen der Heilbäder und Kurorte	- 22 -
2.	Methodik und Ergebnisse des Workshops	- 23 -
2.1	Methodik und Vorgehensweise	- 23 -
2.2	Auswertung der Workshop-Ergebnisse	- 25 -
3.	Fazit: Kurorte wirken!	- 29 -

I. KURZFASSUNG: KURORTE WIRKEN!

Warum Heilbäder und Kurorte für Bayern wirtschaftlich, gesundheitlich und kommunalpolitisch von hoher Bedeutung sind.

Bayerns Heilbäder und Kurorte sind weit mehr als touristische Reiseziele. Sie sind Gesundheitsstandorte, Arbeitgeber, regionale Wirtschaftsmotoren, Orte der Lebensqualität und wichtige Partner für Prävention, Erholung und medizinisch-therapeutische Versorgung. Ihre Wirkung reicht deutlich über Beherbergung und Gastronomie hinaus: Kurorte sichern Einkommen, schaffen Nachfrage für zahlreiche Branchen, stärken kommunale Einnahmen und stehen für geprüfte Qualität im Gesundheitstourismus.

Kurorte stehen unter wirtschaftlichem und strukturellem Druck

Die aktuellen Befragungsergebnisse zeigen zugleich, dass viele Kurorte unter erheblichem wirtschaftlichem und strukturellem Druck stehen. Als sehr große oder große Herausforderung nennen 89,1 % der befragten Kurorte die wirtschaftliche Tragfähigkeit der Kureinrichtungen, 86,4 % den Fachkräftemangel, 83,3 % Struktur- und Finanzierungsprobleme, 79,3 % die Positionierung im Wettbewerb und 70,7 % den Sanierungsbedarf von Kurinfrastruktur. Hinzu kommen Verwaltungs- und Rechtsanforderungen sowie der Rückgang von Übernachtungen im Kurbereich (jeweils 69,5 %).¹

Gerade in Zeiten angespannter kommunaler Haushalte, wachsender Anforderungen an Gesundheitsvorsorge und zunehmendem Standortwettbewerb gilt es gute Rahmenbedingungen für Heilbäder und Kurorte zu schaffen. Die staatliche Prädikatisierung ist dabei kein bloßes Etikett, sondern ein Qualitäts-, Finanzierungs- und Entwicklungsinstrument.

Kurorte sind ein starker Wirtschaftsfaktor!

Die wirtschaftliche Bedeutung der bayerischen Heilbäder und Kurorte ist erheblich.² Im Jahr 2024 wurden dort insgesamt 79,9 Millionen touristische Aufenthaltstage gezählt. Das entspricht knapp 220.000 Aufenthalten pro Tag. Davon entfielen 28,5 Mio. Übernachtungen in Betrieben, weitere 5,5 Mio. in Privathaushalten der Einheimischen und rund 46 Mio. auf Aufenthaltstage der Tagesgäste³. Aus dieser Nachfrage entstand ein touristischer Bruttoumsatz von rund 5,6 Milliarden Euro. Vom Gesamtbruttoumsatz profitieren mit 58,5 % das Gastgewerbe, 15,5 % der Einzelhandel und 26,0 % weitere Dienstleistungen. Damit wirkt die Wertschöpfung der Kurorte über viele Branchen

¹ Quelle: dwif 2025, Online-Befragung der Kurorte in Bayern, n=62

² dwif 2026: Wirtschaftsfaktor Tourismus in den Heilbädern und Kurorten in Bayern 2024.

³ Unter Tagesgästen sind jene Gäste zu verstehen, die ihr Wohnumfeld ohne eine Übernachtung verlassen und dieses Verlassen keiner Regelmäßigkeit/ Routine unterliegt (Pendler- und Einkaufsfahrten entsprechen damit z.B. keiner Tagesreise).

hinweg; sowohl direkt als auch indirekt. Die daraus resultierende touristische **Wertschöpfung lag bei 2,9 Milliarden Euro**. Dieser Einkommensbeitrag entspricht rechnerisch einem **Äquivalent von 86.158 Personen**, die durch den Tourismus ein durchschnittliches Primäreinkommen beziehen könnten. Auch die öffentlichen Haushalte profitieren: Allein aus **Mehrwert- und Einkommensteuer** resultierten rund **520,8 Millionen Euro**. Hinzu kommen weitere Einnahmen, etwa aus Grund- und Gewerbesteuer, Kurtaxe, Zweitwohnungsteuer und Tourismusabgabe.

Heilbäder und Kurorte sind nicht als reine freiwillige Zusatzleistung zu sehen. Sie sind ein relevanter Bestandteil regionaler Wirtschafts- und Standortpolitik.

Prädikatisierung bedeutet Qualitätssicherung & bietet Vorteile aus Sicht der Gäste

Die staatliche **Prädikatisierung ist ein sichtbares Qualitätsversprechen**. Sie signalisiert Gästen, dass ein Ort geprüfte Standards erfüllt – etwa bei Erholungsangeboten, medizinisch-therapeutischer Infrastruktur, Ortsbild, Aufenthaltsqualität und gesundheitsnahen Dienstleistungen. Unter anderem macht der Gesundheitsfinder Bayern diese Angebotsstruktur sichtbar: Insgesamt sind dort rund 2.605 Expert*innen gelistet.⁴ Hiervon stellen jedoch 10 % Kliniken dar, sodass die tatsächlichen personellen Kapazitäten deutlich darüber liegen. Damit ist das Prädikat nicht nur ein touristisches Marketinginstrument, sondern ein Beitrag zur Qualitätssicherung im Gesundheitstourismus.

Für **Gäste bietet die Prädikatisierung Orientierung und Vertrauen**. Eine etwas ältere bundesweite Erhebung zeigt, dass rund 95% der Bevölkerung mindestens eine Prädikatisierung bekannt ist.⁵ In Baden-Württemberg wurde etwas aktueller ermittelt, dass 89% der Einwohner*innen der Prädikatisierung einen Mehrwert für die Kommunen zuschreiben.⁶ Kurorte stehen somit für verlässliche Qualität, qualifizierte Leistungsträger und gesundheitsorientierte Angebote. Hinzu kommen konkrete Vorteile wie Gästekarten, vergünstigte Leistungen oder mögliche Kostenübernahmen und Zuschüsse im Rahmen medizinischer Aufenthalte.

Qualität entsteht nicht von selbst. Sie braucht Infrastruktur, Personal, Pflege des Ortsbildes, Gesundheitsangebote, Mobilität, Barrierefreiheit und eine verlässliche Finanzierung.

Prädikatisierung als Hebel für Qualität, Finanzierung und Resilienz von Kurorten

Für die Kurorte selbst ist die **Prädikatisierung weit mehr als ein formaler Status**. Sie ist ein **zentrales Instrument zur Sicherung von Qualität, Finanzierung, Sichtbarkeit und kommunaler Entwicklung**. In einer **Online-Befragung bayerischer Kurorte** wurden insbesondere Image und Außenwirkung,

⁴ Hinterlegte Daten der Seite <https://www.gesundes-bayern.de/gesundheitsfinder/> (Januar/Februar 2026)

⁵ Project M 2016 (n= 3.202; Deutsche Wohnbevölkerung mit Gesundheitsaufenthalt in einem Kurort in den letzten 12 Monaten)

⁶ dwif 2022, Datenbasis: Online-Panel-Befragung der Einwohner*innen in Baden-Württemberg, n=2.439

Qualitätssicherung, die Legitimation der Kurbeitragserhebung, Marketing und Gästegewinnung sowie lokale Fördermöglichkeiten als wichtige Funktionen des Prädikats hervorgehoben.

Besonders wichtig ist zudem die **Legitimation der Kurbeitragserhebung**: Sie ermöglicht eine rechts-sichere und zweckgebundene **Finanzierung kur- und erholungsbezogener Infrastruktur** – etwa für Kurparks, Wege, Gesundheitsangebote, Veranstaltungen oder Gästeinformation. Gerade in Zeiten angespannter kommunaler Haushalte schafft das wichtige finanzielle Handlungsspielräume. Darüber hinaus unterstützt die **Prädikatisierung den Zugang zu Fördermitteln**.

Zudem ist die **touristische Nachfrage stabiler**: 2024 lag die Bettenauslastung in prädikatisierten Orten bei 67,5 % gegenüber 58,2 % in sonstigen Gemeinden. Gäste bleiben zudem länger: durchschnittlich 3,6 Tage statt rund 2 Tage. Auch in Krisenzeiten zeigt sich Resilienz: Während die Bettenauslastung 2020 in sonstigen Gemeinden um 43,5 % zurückging, sank sie in prädikatisierten Gemeinden nur um 7,6 %.⁷

Die Prädikatisierung schafft nicht nur ein Qualitätsversprechen für Gäste. Sie stärkt kommunale Finanzierung, sichert Arbeitsplätze, stabilisiert Nachfrage und erhöht die Widerstandsfähigkeit der Orte. Wer Kurorte unterstützt, investiert damit zugleich in die kommunale Zukunftsfähigkeit.

Gesundheits- und Standortfunktion: Kurorte sind Teil regionaler Daseinsvorsorge

Kurorte leisten mehr als Tourismus. Sie **verbinden Erholung, Prävention, Rehabilitation, medizinisch-therapeutische Kompetenz und Lebensqualität**. Der Gesundheitsfinder Bayern liefert Hinweise für diese Funktion: In der ausgewerteten Datenbasis waren mehr als 2.605 Expert*innen gelistet. Hinter einzelnen Einträgen stehen teils größere Einrichtungen mit breitem Angebot und vielen Arbeitsplätzen, zum Beispiel MVZ, Thermen oder Ärztehäuser.⁸

Für **ländliche Räume ist diese Struktur besonders bedeutsam**. Kurorte bündeln Gesundheitsangebote, therapeutische Kompetenzen, Bewegungs- und Erholungsinfrastruktur sowie touristische Dienstleistungen. Damit unterstützen sie nicht nur Gäste, sondern auch Einheimische: bessere Bewegungsräume, gepflegte Parks, Wege, Bäder, Veranstaltungen, Mobilitätsangebote und medizinisch geprägte Angebote erhöhen Wohnwert und Lebensqualität. In Zeiten demografischen Wandels und steigender Präventionsbedarfe gewinnt diese Funktion an Bedeutung.

Tourismus, Gesundheit und Prädikatisierung wirken somit als Standortfaktor und stärken die Lebensqualität für Einheimische und Gäste.

⁷ Bayerisches Landesamt für Statistik

⁸ Quelle: Gesundes Bayern Tourismus Marketing GmbH, Gesundheitsfinder, Januar/Februar 2026

Die **Prädikatisierung stärkt außerdem die lokale Identität** und den Stolz der Bevölkerung auf den eigenen Ort. Sie macht sichtbar, dass besondere Qualität vorhanden ist – und dass diese Qualität gepflegt, weiterentwickelt und finanziert werden muss.

Schlussfolgerung

Heilbäder und Kurorte leisten einen messbaren Beitrag zu Wirtschaft, Beschäftigung, Steuereinnahmen, Gesundheitsvorsorge und Lebensqualität in Bayern. Sie wirken direkt und indirekt, kurzfristig und langfristig, für Gäste, ebenso wie für die einheimische Bevölkerung. Deshalb sollten Kurorte nicht nur als touristische Orte betrachtet werden. Sie sind Gesundheits-, Wirtschafts- und Lebensqualitätsstandorte mit hoher regionaler Bedeutung. Aus den Analysen und Ergebnissen ergeben sich **drei zentrale Schlussfolgerungen**:

- **Kurorte brauchen verlässliche Rahmenbedingungen**, um ihre Qualität dauerhaft sichern zu können.
- **Investitionen in kurörtliche Infrastruktur sind Investitionen in regionale Wertschöpfung**, Gesundheitsvorsorge und kommunale Lebensqualität.
- Die **Prädikatisierung ist** ein wichtiges Instrument zur Qualitätssicherung, Finanzierung und Profilierung – und sollte als solches **gestärkt werden**.

Zentrale Facts & Figures

79,9 Mio. Touristische Aufenthaltstage in den bayerischen Kurorten *	5,6 Mrd. € Touristischer Bruttoumsatz in den bayerischen Kurorten*	2,9 Mrd. € Touristische Wertschöpfung in den bayerischen Kurorten*
89 % der bayerischen Kurorte sehen Herausforderung in wirtschaftlicher Tragfähigkeit der Kureinrichtungen**	86 % der bayerischen Kurorte sehen große Herausforderungen durch den Nachwuchs- und Fachkräftemangel**	> 80 % der bayerischen Kurorte sehen folgende Top-Zukunftsthemen: Vernetzung mit anderen TRs***; Stärkung medizinischer Kompetenz, Ausbau digitaler Services, neue Zielgruppen, Kooperationen mit Kliniken & Dienstleistern**
86 % / 84 % Der bayerischen Kurorte sehen das Prädikat als zentral für Image- und Außenwirkung / als wichtige Funktion für die Qualitätssicherung an**	84 % der Kurorte sehen das Prädikat als wichtige Grundlage für die Finanzierung an (aufgrund Möglichkeit Kurbeitragerhebung)**	89 % der Einwohner*innen assoziieren mit der Prädikatisierung Imageverbesserungen und eine höhere Nachfrage****

Quellen: *dwif 2026: Wirtschaftsfaktor Tourismus in den Heilbädern und Kurorten in Bayern 2024 / ** dwif 2025/2026: Online-Befragung bayerische Heilbäder und Kurorte, n= 62 / ***TR = Tourismusorganisation / **** dwif 2022, Datenbasis: Online-Panel-Befragung der Einwohner*innen in Baden-Württemberg, n=2.439

II. AUFGABENSTELLUNG & VORGEHENSWEISE

Mit der staatlichen Prädikatisierung als Heilbad, Kurort, Luftkurort oder Erholungsort können Gemeinden ihre Position als qualitätsgeprüfte Gesundheits-, Kur- und Erholungsstandorte stärken. Mit **mehr als 355 Prädikatsgemeinden** ist Bayern Spitzenreiter unter den Kur- und Erholungsorten in Deutschland.

Um die Bedeutung der Prädikatisierung aus unterschiedlichen Perspektiven herauszuarbeiten, wurde die dwif-Consulting GmbH von der Gesundes Bayern Tourismus Marketing GmbH beauftragt. Im Mittelpunkt standen sowohl die **wirtschaftliche Bedeutung** im Rahmen des Wirtschaftsfaktors Tourismus als auch der **Nutzen der Prädikatisierung aus Sicht der Gäste und der Kurorte** selbst. Ergänzend wurden mit Blick in die Zukunft zentrale Herausforderungen und Zukunftsthemen identifiziert und in konkrete Handlungsansätze übersetzt. Ziel war es damit einerseits, die Bedeutung der Prädikatisierung nachvollziehbar aufzuzeigen und zu verdeutlichen, warum es sich für Gemeinden lohnt, an diesem Status festzuhalten. Andererseits sollten **Handlungsperspektiven** für den Umgang mit künftigen Anforderungen und Zukunftsthemen aufgezeigt werden.

Methodik & Vorgehensweise

In einem ersten Schritt wurde auf Basis von **Primärerhebungen und dwif-Grundlagenstudien** der Wirtschaftsfaktor Tourismus durch die Heilbäder Bayerns ermittelt.

Parallel erfolgten die weiteren Analysen zur **Bewertung der Prädikatisierung für die Kurorte**. Der Nutzen wurde aus Sicht der Gäste und der Gemeinden über **Sekundäranalysen** herausgearbeitet. Hierfür wurden unter anderem Daten beim Bayerischen Landesamt für Statistik angefragt und ausgewertet. Darüber hinaus erfolgte eine **Online-Befragung der Heilbäder und Kurorte in Bayern**. Dabei wurden zunächst zentrale Strukturdaten der Orte erfasst. Zudem wurde abgefragt, in welchen Bereichen das Prädikat aus Sicht der Orte eine zentrale Rolle spielt, vor welchen Herausforderungen die Kurorte stehen und welche Zukunftsthemen sie als besonders relevant einschätzen. Auf dieser Basis wurden im Anschluss die wichtigsten Herausforderungen und Zukunftsthemen in **Workshops im Rahmen der Frühjahrstagung des Bayerischen Heilbäderverbands e. V.** bearbeitet und gemeinsam mit den Teilnehmenden mögliche Maßnahmen herausgearbeitet.

III. WIRTSCHAFTSFAKTOR HEILBÄDER BAYERN 2024

Der Tourismus in den bayerischen Heilbädern und Kurorten ist weit mehr als ein einzelner Wirtschaftszweig. Er wirkt als klassische Querschnittsbranche und entfaltet seine Effekte in vielen Bereichen der lokalen und regionalen Wirtschaft. Neben Beherbergung, Gastronomie, Vorsorge- und Reha-Einrichtungen profitieren auch Einzelhandel, Gesundheits-, Kultur-, Freizeit- und Mobilitätsangebote sowie zahlreiche vor- und nachgelagerte Dienstleistende und Zulieferbetriebe. Die Zahlen des Wirtschaftsfaktors zum Tourismus in Heilbädern und Kurorten in Bayern 2024 zeigen deutlich welche **Wertschöpfungs-, Einkommens- und Beschäftigungseffekte** durch die Tages- und Übernachtungsgäste der Heilbäder und Kurorte erzielt werden.

1. Touristische Nachfrage, Bruttoumsätze und Wertschöpfung

Grundlage hierfür bilden die Aufenthaltstage und Übernachtungszahlen der Gäste: In den bayerischen Heilbädern und Kurorten wurden 2024 insgesamt **79,939 Mio. touristische Aufenthaltstage** gezählt – Das entspricht knapp 220.000 Aufenthalten pro Tag. Die größte Nachfrage entfiel mit 46,0 Mio. Aufenthaltstagen auf den Tagestourismus⁹. Hinzu kamen 22,355 Mio. Aufenthaltstage in gewerblichen Betrieben ab zehn Betten, 5,463 Mio. Übernachtungen bei Verwandten und Bekannten, 3,6 Mio. Aufenthaltstage in Privatquartieren sowie 2,521 Mio. Aufenthaltstage im Touristik- und Dauercamping sowie Reisemobiltourismus.

Die Ausgaben je Aufenthaltstag unterscheiden sich deutlich nach Marktsegment: Während Tagesgäste durchschnittlich 32,80 Euro pro Tag ausgeben, liegen die Tagesausgaben der Übernachtungsgäste in gewerblichen Betrieben bei 153,10 Euro. Während die Tagesgäste über die Hälfte der Aufenthaltstage in bayerischen Heilbädern und Kurorten ausmachen, entsprechen mit 61,5 % über die Hälfte der Umsätze den Übernachtungsgästen gewerblicher Betriebe. Aus dem Zusammenspiel von Nachfragevolumen und Ausgabeverhalten ergab sich 2024 ein **touristischer Bruttoumsatz von insgesamt 5.569,2 Mio. Euro. Hiervon profitieren mit 58,5 % das Gastgewerbe, 15,5 % der Einzelhandel und 26,0 % weitere Dienstleistungen**. Damit wirkt die Wertschöpfung des Gesundheitstourismus über viele Branchen hinweg. Während aus den Gästerausgaben unter anderem Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe, Kliniken, Bäder, Lebensmittelgeschäfte oder der ÖPNV direkt profitieren, entstehen weitere indirekte Effekte durch Vorleistungen z.B. bei Bäckereien, Energieversorgern, Werbeagenturen, Steuerberatung, Banken, Baugewerbe, Großhandel oder Brauereien. Damit stärkt die touristische Nachfrage nicht nur einzelne Leitbetriebe, sondern wirkt breit in die kommunale und regionale Wirtschaftsstruktur hinein.

Aus dem Bruttoumsatz ergibt sich nach Abzug der Mehrwertsteuer ein Nettoumsatz von 5.044,9 Mio. Euro. Davon wurden 1.947,8 Mio. Euro unmittelbar als direkte Wertschöpfung in der ersten Umsatzstufe wirksam. Weitere 929,1 Mio. Euro entstanden indirekt über Vorleistungen,

⁹ Unter Tagesgästen sind jene Gäste zu verstehen, die ihr Wohnumfeld ohne eine Übernachtung verlassen und dieses Verlassen keiner Regelmäßigkeit/ Routine unterliegt (Pendler- und Einkaufsfahrten entsprechen damit z.B. keiner Tagesreise).

beispielsweise durch Warenlieferungen, Energie, Handwerk, Bau- und Instandhaltungsmaßnahmen, Versicherungen, Bankleistungen, Steuerberatung oder Werbe- und Kommunikationsleistungen. Insgesamt ergab sich 2024 eine **touristische Wertschöpfung von 2.876,9 Mio. Euro**.

2. Arbeitsmarkteffekte durch den Tourismus

Die touristische Nachfrage und Wertschöpfung in den bayerischen Heilbädern und Kurorten hat auch eine arbeitsmarktpolitische Dimension. Die touristische Wertschöpfung von 2.876,9 Mio. Euro entspricht rechnerisch einem **Einkommensäquivalent von rund 86.158 Personen**, die durch den Tourismus ein durchschnittliches Primäreinkommen von 33.391 Euro pro Kopf und Jahr beziehen könnten. Dieser Wert ist nicht mit der tatsächlichen Zahl der Beschäftigten gleichzusetzen, da viele Personen nur anteilig vom Tourismus leben oder in Saison-, Teilzeit- und Mischbeschäftigungen tätig sind. Es kann daher davon ausgegangen werden, dass der tatsächliche Wert deutlich höher ist. Ergänzend wurde ein Beschäftigtenäquivalent berechnet, das die Beschäftigungswirkung über regional- und branchenspezifische Arbeitnehmerentgelte präziser abbildet. Danach entspricht die touristische Wertschöpfung rund 99.529 Vollzeitäquivalenten.

3. Steueraufkommen aus dem Tourismus

Neben Umsatz, Einkommen und Beschäftigung trägt der Tourismus auch zur Finanzierung öffentlicher Aufgaben bei. Allein aus Mehrwertsteuer und Einkommensteuer resultierten 2024 rund **520,8 Mio. Euro Steueraufkommen** aus dem Tourismus in den bayerischen Heilbädern und Kurorten. Diese Einnahmen fließen als Gemeinschaftssteuern Bund, Ländern und Kommunen zu. Hinzu kommen weitere kommunal relevante Einnahmen und Abgaben wie Grundsteuer, Gewerbesteuer, Zweitwohnungsteuer, Kurtaxe oder Tourismusabgaben. Nicht alle diese Effekte lassen sich ohne vertiefende Haushaltsanalysen ortsscharf beziffern. Dennoch wird deutlich: Tourismus stärkt nicht nur Betriebe und Beschäftigung, sondern erweitert auch die finanzielle Handlungsfähigkeit der öffentlichen Hand und unterstützt damit die Pflege und Weiterentwicklung lokaler Infrastruktur.

4. Ökonomische Bedeutung auch im Zeitvergleich hoch

Im Zeitvergleich zeigt sich die Robustheit der bayerischen Heilbäder und Kurorte. Gegenüber 2019 lagen die Übernachtungen in Betrieben 2024 zwar noch um 2,3 % und die Tagesreisen um 5,2 % niedriger. Gleichzeitig stiegen die Bruttoumsätze insgesamt um 12,2 %. Auch die touristische Wertschöpfung stieg gegenüber 2019 um 13,2 % auf 2.876,9 Mio. Euro. Damit zeigt sich: Die bayerischen Heilbäder und Kurorte bleiben auch unter veränderten Rahmenbedingungen ein starker Wirtschaftsraum. Zwar haben sich Nachfragevolumina nach der Pandemie noch nicht in allen Segmenten vollständig erholt, die ökonomischen Effekte sind jedoch gestiegen.

IV. BEDEUTUNG DER PRÄDIKATISIERUNG

1. Nutzen aus Sicht der Gäste

1.1 Orientierung und Vertrauen bei der Reiseentscheidung

Ein **zentraler Nutzen** der Prädikatisierung liegt **aus Gästesicht** in der **Orientierungs- und Vertrauensfunktion**. Staatlich anerkannte Prädikate machen Kur- und Erholungsorte als qualitätsgeprüfte Reiseziele sichtbar und erleichtern die Einordnung im Wettbewerb mit klassischen Urlaubsorten. Gerade bei gesundheitsbezogenen Aufenthalten, bei denen Verlässlichkeit, Qualität und Sicherheit eine besondere Rolle spielen, kann das Prädikat als wichtiges Entscheidungssignal wirken.

Das zeigt sich in der **hohen Bekanntheit der Prädikate**: In einer etwas älteren Befragung der deutschen Wohnbevölkerung mit Gesundheitsaufenthalt in einem Kurort 2016 zeigte sich, dass 95 % der Befragten mindestens ein Prädikat kennen. Besonders bekannt sind Luftkurorte mit 71 %, See- und Seeheilbäder mit 68 % sowie Orte mit Mineral- oder Solequellen mit 61 %.¹⁰ In den letzten 10 Jahren seit dieser Erhebung kann es durchaus zu Verschiebungen gekommen sein. Die Ausgangswerte fallen jedoch sehr hoch aus und punktuelle Teilerhebungen durch das dwif zeigen, dass die Bekanntheit der Prädikate weiterhin hoch ausfällt. Damit verfügen prädikatisierte Orte über eine grundsätzlich **hohe Wiedererkennbarkeit**. Für Gäste entsteht daraus Orientierung, weil das Prädikat für geprüfte Rahmenbedingungen und eine entsprechende gesundheitstouristische Ausrichtung steht.

1.2 Gäste können von finanziellen Vorteilen profitieren

Finanzielle Vorteile entstehen für Gäste vor allem bei medizinisch begründeten, gesundheitsbezogenen oder längeren Aufenthalten. Bei ambulanten Vorsorgeleistungen in anerkannten Kurorten können medizinische Leistungen, wie beispielsweise kurärztliche Behandlung sowie verordnete Heil- und Therapiemaßnahmen, unter bestimmten Voraussetzungen **durch die gesetzliche Krankenkasse übernommen und je nach Satzung auch Zuschüsse zu weiteren Kosten** wie Unterkunft oder Verpflegung bewilligt werden. Reichen ambulante Leistungen nicht aus, kommen auch stationäre Vorsorge- oder Rehabilitationsleistungen infrage, bei denen medizinische Behandlung sowie Unterkunft und Verpflegung Bestandteil der bewilligten Maßnahme sein können. Je nach Ziel und persönlicher Situation der Versicherten können insgesamt daher Krankenkasse oder Rentenversicherung als Kostenträger den Aufenthalt an einem prädikatisierten Kurort finanziell unterstützen.¹¹

Darüber hinaus tragen vor Ort häufig Gästekarten, inkludierte Mobilitätsangebote und eine ausgebaute kur- und tourismusbezogene Infrastruktur dazu bei, **Nebenkosten zu reduzieren**. Dieser Nutzen ist insbesondere bei längeren, gesundheitsorientierten Aufenthalten relevant, da hier Mobilität,

¹⁰ Project M 2016 (n= 3.202; Deutsche Wohnbevölkerung mit Gesundheitsaufenthalt in einem Kurort in den letzten 12 Monaten)

¹¹ Bundesministerium der Justiz/Bundesamt für Justiz (o. J.): Sozialgesetzbuch Fünftes Buch – Gesetzliche Krankenversicherung, § 23 Medizinische Vorsorgeleistungen, aktuelle Fassung.

Infrastruktur, Begleitangebote und therapeutische Leistungen stärker ins Gewicht fallen. Gleichzeitig ist die finanzielle Wirkung differenziert zu bewerten: Prädikatisierte Orte sind nicht grundsätzlich günstiger als klassische Urlaubsorte, da Kurtaxe und ein höheres Qualitäts- und damit auch Preisniveau Kostenvorteile begrenzen können. Der Vorteil gegenüber nicht prädikatisierten Kurorten liegt daher weniger in einem generell niedrigeren Preis, sondern in der Kombination aus möglichen Erstattungen, Zuschüssen, inkludierten Leistungen und einer auf Gesundheit ausgerichteten Angebotsstruktur.

1.3 Gäste verbinden verlässliche Erholungsqualität mit der Prädikatisierung

Ein weiterer zentraler Nutzen aus Sicht der Gäste liegt in der verlässlichen Erholungsqualität. Prädikatisierte Orte stehen für geprüfte Rahmenbedingungen, die unmittelbar auf den Aufenthalt wirken. Dazu zählen unter anderem

- eine **sichere Umwelt** (sauberes Wasser, reine Luft, gepflegtes Ortsbild),
- **Erholungs- und Freizeitflächen** (Parks, Wege, Sportmöglichkeiten, Aufenthaltsräume),
- ein **verlässlicher Tourismus** (funktionierende Fremdenverkehrsorganisation, angemessene Unterkünfte, nachweisbare Gästezahlen) und
- ein **Qualitäts- und Nachhaltigkeitsversprechen** (regelmäßige Überprüfung und Einhaltung der Standards).¹²

Die Prädikatisierung schafft damit nicht nur ein Qualitätsversprechen für Gäste, sondern trägt zugleich sowohl zur Aufenthaltsqualität der Gäste als auch zur Lebensqualität der Einwohner*innen bei.

Abbildung 1: Erwarteter Mehrwert prädikatisierter Orte

1. Spazier-, Wander- und Radwege	1,6	7. mehr Ruhe/ Erholung	1,8
2. erholsamere Atmosphäre/ Flair	1,7	8. besserer Service/ Gastfreundschaft	1,8
3. Gastronomie	1,7	9. touristisches Angebot insgesamt	1,9
4. Hotels/ Unterkünfte	1,7	10. Thermen/ Erlebnisbäder	1,9
5. bessere Luft	1,7	11. Wellness-/ Schönheitsangebote	2,1
6. gepflegteres Ortsbild/ mehr Sauberkeit	1,8	12. Kur-/ Gesundheitsangebote	2,1

Quelle: dwif 2022, Online-Panel-Befragung der Einwohner*innen in Baden-Württemberg, n=2.439

Auch die Ergebnisse einer Einwohner*innenbefragung in Baden-Württemberg 2022 bestätigen, dass Gäste mit prädikatisierten Reisezielen konkrete Mehrwerte verbinden. Für Bayern liegen

¹² Bayerische Anerkennungsverordnung – BayAnerkV (2025): Verordnung über die Anerkennung als Kur- oder Erholungsort, Fassung vom 1. April 2025, § 2.

keine Erhebungsergebnisse vor, jedoch dürften die Resultate aus Baden-Württemberg ein guter Indikator sein. So werden mit prädikatisierten Orten vor allem **Spazier-, Wander- und Radwege**, eine **erholungsreiche Atmosphäre**, **Gastronomie**, **Hotels und Unterkünfte**, **bessere Luft** sowie ein gepflegtes Ortsbild (Sauberkeit), mehr Ruhe und Erholung als auch eine bessere Gastfreundschaft (Service) als Mehrwert empfunden. Ebenfalls von Bedeutung ist das touristische Angebot insgesamt sowie Thermen und Erlebnisbäder, Wellness- und Schönheits-, Kur- und Gesundheitsangebote. Damit wird deutlich: Der wahrgenommene Mehrwert der Prädikatisierung liegt nicht nur in einzelnen Gesundheitsleistungen, sondern in einem stimmigen **Gesamtangebot aus Erholung, Infrastruktur, Service, Ortsbild und gesundheitsbezogener Aufenthaltsqualität**.

Gleichzeitig gaben 44 % der Befragten an, bei ihren Urlaubs- und Tagesreisen Wert auf die Prädikatisierung ihres Reiseziels zu legen. Bei einer Befragung von Kommunen und Leistungsträger*innen wird die Attraktivität des Prädikats für die eigene Gemeinde für 83 % der Übernachtungsgäste, 66 % der Tagesgäste und 57 % der Einheimischen als (eher) attraktiv bewertet.¹³

1.4 Medizinisch geprüfte Angebote stärken Gesundheitskompetenz der Orte

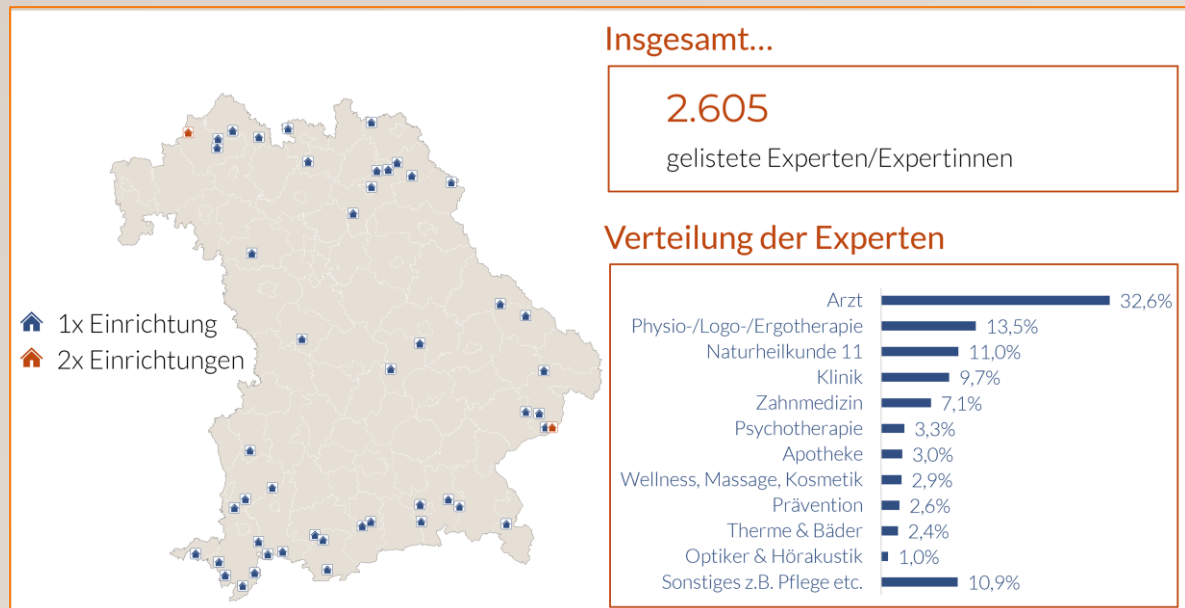
Die Prädikatisierung ist zudem ein Indikator für eine geprüfte und breite medizinische Versorgung, insbesondere im ländlichen Raum, da sich prädikatisierte Gemeinden häufig in ländlicheren Regionen befinden. Kurorte bieten daher nicht nur Erholung, sondern häufig auch Prävention, Therapie, Rehabilitation, Gesundheitsberatung, Heilmittel, medizinisch-therapeutische Anwendungen und qualifizierte Gesundheitsdienstleistungen.

Der Gesundheitsfinder Bayern macht diese Angebotsbreite sichtbar (s. Abbildung 2). Dort sind insgesamt **2.605 Expert*innen** gelistet.¹⁴ Die reine Zahl der Einrichtungen bildet die tatsächliche personelle Angebotsbreite jedoch nur teilweise ab, da deren Verteilung zeigt, dass hinter einer Einrichtung - beispielsweise einer Klinik - mehrere Fachpersonen, therapeutische Angebote und gesundheitsbezogene Arbeitsplätze stehen. Der **Klinikanteil von rund 10 %** macht entsprechend deutlich, dass die **personellen Kapazitäten deutlich über der Anzahl der Expert*innen** liegt. Am konkreten Beispiel von Bad Königshofen stehen hinter den gelisteten Expert*innen unter anderem ein MVZ, ein Ärztehaus, die FrankenTherme, Apotheken, physiotherapeutische und ergotherapeutische Angebote sowie weitere Praxen und Gesundheitsdienstleister. Damit ist davon auszugehen, dass die tatsächliche Zahl der Expert*innen auf Personenbasis in den einzelnen Orten und in Bayern insgesamt höher liegt, als eine reine Betrachtung der Einrichtungen vermuten lässt.

¹³ dwif 2022, Online-Panel-Befragung der Einwohner*innen in Baden-Württemberg, n=2.439

¹⁴ Hinterlegte Daten der Seite <https://www.gesundes-bayern.de/gesundheitsfinder/> (Januar/Februar 2026)

Abbildung 2: Anzahl medizinischer Einrichtungen



2. Nutzen aus Sicht der Kurorte

2.1 Stärkere Position im Gesundheitstourismus

Aus Sicht der Kurorte ist die Prädikatisierung vor allem ein Instrument zur Schärfung der eigenen Position im Gesundheitstourismus. Sie macht nach außen sichtbar, dass ein Ort **bestimmte Anforderungen an Qualität, Erholung, Gesundheit, touristische Infrastruktur und Aufenthaltsbedingungen** erfüllt. Damit dient das Prädikat nicht nur als formaler Status, sondern als Profilierungsmerkmal im Wettbewerb mit anderen Destinationen.

Abbildung 3: Funktionen des Prädikats

Image & Außenwirkung	86 %	Steuerungsinstrument (Infrastruktur etc.)	73 %
Qualitätssicherung & Zertifizierung	84 %	Zugang zu Fördermitteln	69 %
Legitimation Kurbeitragerhebung	84 %	Tourismusfinanzierung	67 %
Marketing & Gästegewinnung	78 %	Interne Identität & Stolz der Bevölkerung	61 %
Lokale Förderung (Gesundheit etc.)	78 %	Arbeitsplatzsicherung	56 %

Quelle: dwif 2025; Online-Panel-Befragung der Kurorte in Bayern; n=62

Die Ergebnisse der Online-Befragung der bayerischen Kurorte, die in Kapitel 0 im Detail aufgegriffen werden, bestätigen diese Einschätzung. Als wichtigste Funktion des Prädikats sehen die bayerischen Kurorte mit 86 % die **Image- und Außenwirkung**. Eng damit verbunden ist die **Qualitätssicherung und Zertifizierung**, die von 84 % der befragten Orte als zentrale Funktion bewertet wird. Gerade diese geprüften Anforderungen bilden die Grundlage dafür, dass das Prädikat glaubwürdig nach außen wirken kann: Die Einhaltung verbindlicher Standards sichert die Qualität des Angebots, ermöglicht eine nachvollziehbare Zertifizierung und stärkt dadurch das Image des Ortes **als qualitätsgesicherter Gesundheits-, Kur- und Erholungsstandort**.

2.2 Finanzieller Spielraum

Ein weiterer zentraler Nutzen aus Kurortsicht liegt im finanziellen Spielraum. In der Online-Befragung der bayerischen Kurorte bewerten 84 % die **Legitimation zur Kurbeitragshebung** als wichtige Funktion des Prädikats (s. Abbildung 3). Darüber hinaus sehen 69 % den **Zugang zu Fördermitteln** und 67 % die **Tourismusfinanzierung** als zentrale Wirkungsbereiche. Damit wird deutlich: Das Prädikat ist nicht nur ein Marketing- oder Qualitätslabel, sondern auch eine wichtige Grundlage für die Finanzierung kur- und tourismusbezogener Aufgaben.

Gerade in Zeiten angespannter kommunaler Haushalte ist dieser Aspekt von hoher Bedeutung. In Bayern ist der Kurbeitrag für prädikatisierte Kurorte zulässig und rechtlich im Bayerischen Kommunalabgabengesetz Artikel 7 verankert. Er ist **zweckgebunden für Kur- und Erholungseinrichtungen** sowie entsprechende Veranstaltungen einzusetzen. Damit unterscheidet er sich von allgemeinen Übernachtungssteuern, die in Bayern rechtlich nicht zulässig sind und zudem keine Garantie für touristische Reinvestitionen bieten würden.¹⁵ Der Kurbeitrag schafft somit eine verlässlichere Grundlage, um touristische Infrastruktur, Aufenthaltsqualität und kurörtliche Angebote zu erhalten und weiterzuentwickeln.

2.3 Bessere Vermarktungsmöglichkeiten

Eng mit der Positionierung verbunden sind die Vermarktungsmöglichkeiten. Für 78 % der befragten bayerischen Kurorte spielt das Prädikat eine zentrale Rolle für **Marketing und Gästegewinnung** (s. Abbildung 3). Hintergrund ist, dass Prädikate Orientierung schaffen, Wiedererkennbarkeit erhöhen und den Orten eine klare thematische Ausrichtung geben. Sie erleichtern es, Angebote nicht nur als allgemeinen Urlaub, sondern als qualitätsgeprüften Gesundheits-, Kur- oder Erholungsaufenthalt zu kommunizieren.

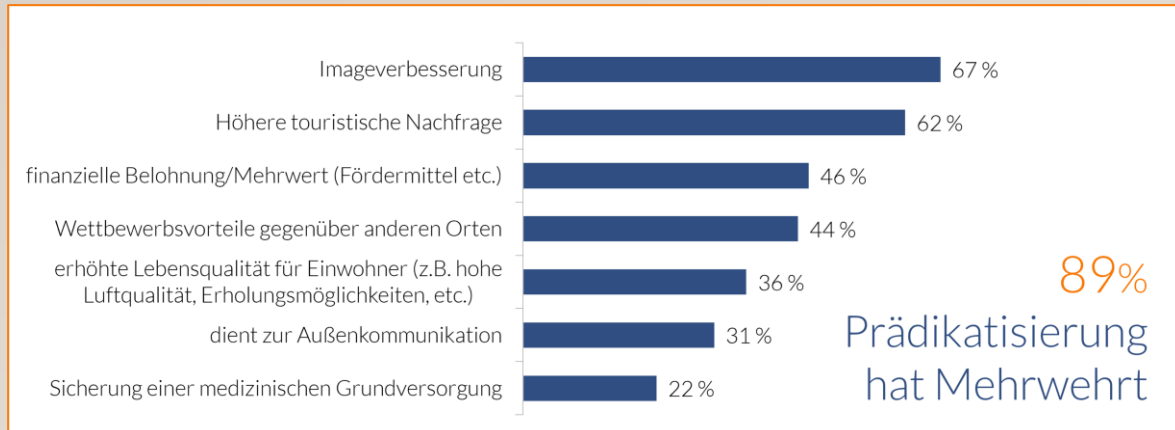
Auch die Außenperspektive stützt diesen Befund. In einer Online-Panel-Befragung in Baden-Württemberg schreiben 89 % der Befragten der Prädikatisierung einen Mehrwert für die jeweilige Gemeinde zu.¹⁶ Besonders häufig **werden Imageverbesserung und höhere touristische Nachfrage genannt**. Zudem werden prädikatisierte Kur- und Erholungsorte spontan mit positiven Eigenschaften

¹⁵ Vgl. Art. 3 Abs. 3 Satz 1 Kommunalabgabengesetz (KAG) sowie Bayerischer Verfassungsgerichtshof, Entscheidung vom 14. November 2025 – Vf. 3-VII-23.

¹⁶ dwif 2022, Online-Panel-Befragung der Einwohner*innen in Baden-Württemberg, n=2.439

wie „gesund“, „entspannend“, „gastfreundlich“, „attraktiv“, „lebenswert“, „qualitativ hochwertig“ und „sympathisch“ verbunden. Für die Vermarktung ist dies ein wichtiger Befund: Das Prädikat bietet nicht nur eine formale Differenzierung, sondern ist mit konkreten positiven Assoziationen aufgeladen, die in der Kommunikation genutzt werden können.

Abbildung 4: Mehrwert der Zertifizierung als staatlich anerkannter Kur- und Erholungsort



Quelle: dwif 2022, Online-Panel-Befragung der Einwohner*innen in Baden-Württemberg, n=2.439 (Mehrfachnennungen möglich)

2.4 Qualitätssteuerung und nachhaltige Entwicklung

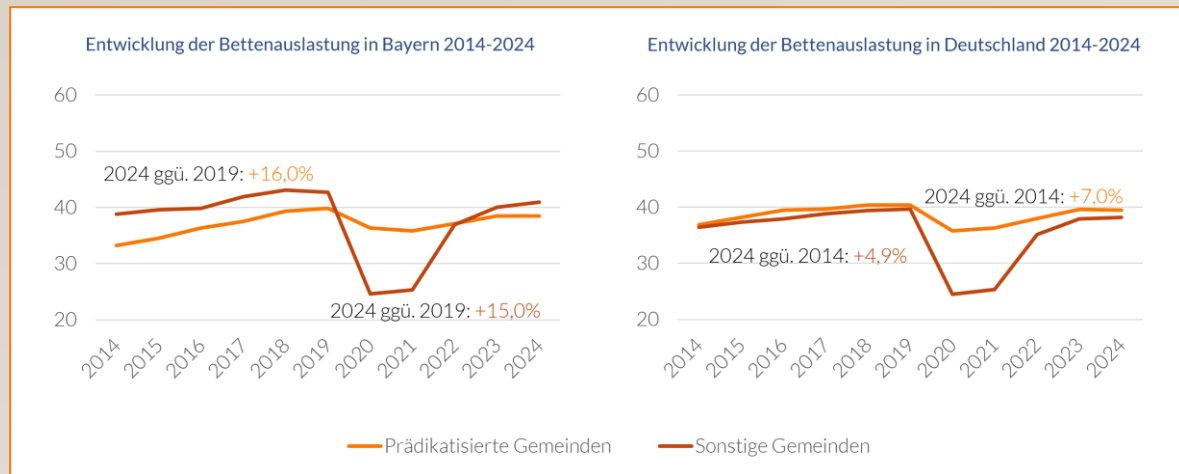
Eng mit der Positionierung verbunden ist die Funktion der Prädikatisierung als Instrument der Qualitätssteuerung und nachhaltigen Entwicklung. 73 % der befragten bayerischen Kurorte (s. Abbildung 3) sehen das **Prädikat als Steuerungsinstrument**, etwa für Infrastruktur und Ortsentwicklung.¹⁷ Damit handelt es sich bei der Prädikatisierung um einen Motor für die Entwicklung von Kommunen im ländlichen Raum. Die Anforderungen an prädikatisierte Orte betreffen dabei unterschiedliche Bereiche: Verfahren und Nachweise, Umwelt- und Ortshygiene, Ortsbild und Ortscharakter, Erholungseinrichtungen, touristische Organisation, Unterkunftsangebot, nachweisbare Gästezahlen sowie regelmäßige Überprüfung der Voraussetzungen. Die entsprechenden Prüfkriterien wirken damit als Rahmen für eine langfristig qualitätsorientierte Entwicklung.

Diese Qualitätssteuerung ist auch mit Blick auf Krisenresilienz relevant. Prädikatisierte Gemeinden zeigen im Vergleich zu sonstigen Gemeinden eine **stabilere Nachfrageentwicklung in Krisenzeiten**. Während der Corona-Pandemie fiel der Rückgang 2020 gegenüber 2019 bei prädikatisierten Gemeinden geringer aus:

- Die Bettenauslastung sank um 7,6 % gegenüber 43,5 % in sonstigen Gemeinden,
- die Ankünfte um 38,5 % gegenüber 56,2 % und
- die Übernachtungen um 29,5 % gegenüber 50,5 %.

¹⁷ dwif 2025; Online-Panel-Befragung der Kurorte in Bayern; n=62

Abbildung 5: Stabilität in Krisenzeiten in prädikatisierten Gemeinden



Quelle: Statistisches Landesamt 2014-2024, Werte für Bayern und Deutschland

Das verdeutlicht, dass die Nachfrage nach Gesundheits-, Kur- und Erholungsangeboten in prädikatisierten Orten insgesamt weniger stark einbricht als in anderen Gemeinden.

Alles in allem schafft die Prädikatisierung eine belastbare Grundlage: ein klares Profil, geprüfte Qualität, etablierte Infrastruktur und eine Nachfrage, die stärker auf Gesundheit, Erholung und längere Aufenthalte ausgerichtet ist. Für die Kurorte bedeutet dies mehr **Planungssicherheit, bessere Steuerungsmöglichkeiten** und eine **langfristige Perspektive für nachhaltige Standortentwicklung**.

2.5 Standortqualität und Fachkräfte

Die Prädikatisierung wirkt außerdem auf Standortqualität, lokale Entwicklung und Fachkräfte. In der speziell für diese Studie durchgeführten Online-Befragung der bayerischen Kurorte nennen 78 % **die lokale Förderung, etwa im Bereich Gesundheit**, als wichtige Funktion des Prädikats. 61 % sehen eine **Bedeutung für interne Identität und Stolz der Bevölkerung** und 56 % die **Arbeitsplatzsicherung**. Damit wird deutlich, dass die Kurorte den Nutzen des Prädikats nicht allein nach außen, sondern auch nach innen bewerten.

Prädikatisierte Orte investieren typischerweise in Infrastrukturen und Angebote, die nicht nur Gästen zugutekommen, sondern auch die Lebensqualität der Einwohner*innen erhöhen: Kurparks, Wege, Aufenthaltsräume, Erholungs- und Freizeiteinrichtungen, Gesundheitsangebote, Ortsbildpflege oder Mobilitätsangebote. Gleichzeitig stärkt die touristische Nachfrage lokale Betriebe und damit auch Beschäftigungsperspektiven vor Ort. Dies zeigt sich unter anderem am **höheren Beschäftigungsanteil im Gastgewerbe**: In prädikatisierten Gemeinden liegt der Anteil sozialversicherungspflichtig Beschäftigter im Gastgewerbe deutlich über dem Wert sonstiger Gemeinden; auch bei ausschließlich geringfügig Beschäftigten ist der Anteil höher. Damit sind Kurorte nicht nur touristische Zielorte, sondern auch relevante Arbeits- und Versorgungsstandorte, insbesondere im ländlichen Raum.



Tabelle 1: Beschäftigungsanteil im Gastgewerbe

	Mittelwert SVB* Anteil Gastgewerbe	Mittelwert aGB** Anteil Gastgewerbe
Mineral- & Moorbäder	10,1 %	19,1 %
Heilklimatische Kurorte	28,0 %	34,5 %
Kneippkurorte	10,7 %	19,8 %
Luftkurorte	10,2 %	20,9 %
Erholungsorte	5,0 %	11,6 %
Summe prädikatisierter Gemeinden	7,8 %	15,5 %
Sonstige Gemeinden	1,2 %	5,1 %

Quelle: Arbeitsagentur 2024, *SVB= sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, **aGB = ausschließlich geringfügig Beschäftigte

V. HERAUSFORDERUNGEN UND ZUKUNFTSTHEMEN

Die bisherigen Ergebnisse zeigen den breiten Nutzen der Prädikatisierung für Gäste, Kurorte und Gemeinden. Nichtsdestotrotz stehen die bayerischen Heilbäder und Kurorte vor vielfältigen Herausforderungen und Zukunftsthemen, die ihre künftige Entwicklung beeinflussen.

Um diese Themen gemeinsam mit den bayerischen Akteur*innen einzuordnen und konkrete Handlungsansätze abzuleiten, wurden die Herausforderungen und Zukunftsthemen der bayerischen Heilbäder und Kurorte neben allgemeinen Rahmenbedingungen (Art des Kurorts, regionale Zuordnung, Einwohner*innenzahl und Übernachtungsvolumen) im Rahmen einer Online-Befragung abgefragt. Kapitel IV enthielt bereits punktuelle Ergebnisse dieser Erhebung.

Nachfolgend wird wie folgt vorgegangen:

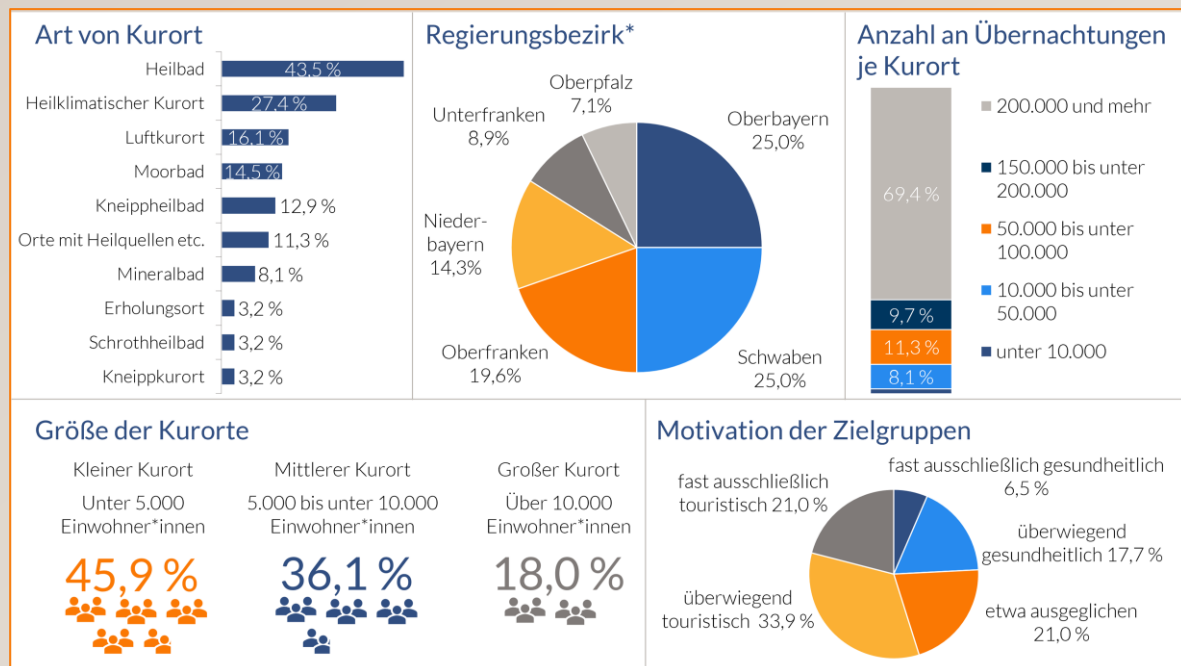
- Zunächst werden die Struktur der befragten Kurorte sowie die zentralen Ergebnisse zu **Herausforderungen und Zukunftsthemen** ausgewertet.
- Anschließend wird dargestellt, welche **Themen im Rahmen des Bayerischen Bädertages vertieft betrachtet und in Workshops gemeinsam bearbeitet wurden**.
- Die daraus abgeleiteten **Maßnahmen** werden im Anschluss aufbereitet und als **Handlungsperspektiven für die Weiterentwicklung** der bayerischen Heilbäder und Kurorte dargestellt.

1. Ergebnisse der Online-Befragung

1.1 Rahmendaten der befragten Heilbäder und Kurorte

Die Online-Befragung richtete sich an sämtliche Heilbäder und Kurorte in Bayern. Den **größten Anteil** bildeten **Heilbäder mit rund 44 %**, gefolgt von Heilklimatischen Kurorten mit rund 27 %. Auch Luftkurorte, Moorbäder, Kneippheilbäder und Orte mit Heilquellen-, Heilstollen- oder Peloid-Kurbetriebe waren mit über 10 % vertreten. Mineralbäder, Erholungsorte, Schrothheilbäder und Kneippkurorte waren hingegen seltener vertreten. Bei der **Unterscheidung therapeutischer und heilklimatischer Kurorte zeigt sich jedoch ein ausgeglichenes Bild**: Jeweils ungefähr ein Drittel ist den therapeutischen Kurorten (33 %) und den heilklimatischen Kurorten (38 %) zuzuordnen. Ein weiteres Drittel ist beidem zugehörig (30 %). Betrachtet man die regionale Herkunft der Teilnehmenden, stammt **je rund ein Viertel der teilnehmenden Heilbäder und Kurorte aus Oberbayern und Schwaben, gefolgt von Oberfranken und Niederbayern**. Unterfranken und die Oberpfalz sind seltener vertreten.

Abbildung 6: Struktur der befragten Heilbäder und Kurorte
(nach eigener Angabe in der Befragung)



Quelle: dwif 2025 Online-Befragung der Kurorte in Bayern, n=62,

*Die regionale Zuordnung erfolgte auf Basis einer PLZ-Abfrage im Rahmen der Befragung. Auf dieser Basis wurden die Befragten einem Regierungsbezirk zugeordnet.

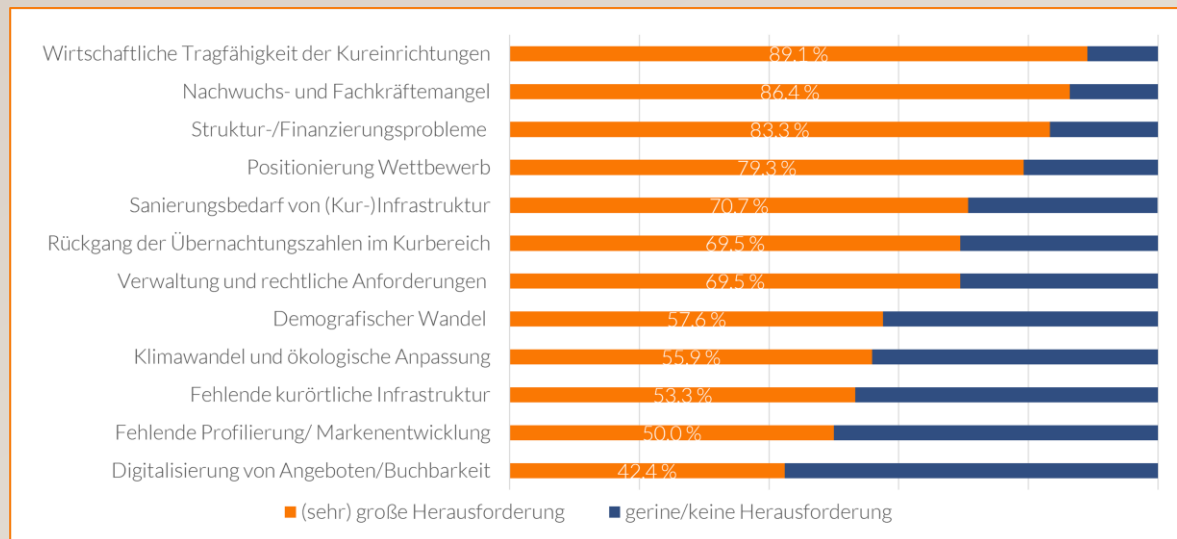
Hinsichtlich der Größe und Nachfragezahlen der befragten bayerischen Heilbäder und Kurorte fällt auf: Zwar sind die meisten **Kurorte auf Basis ihrer Einwohner*innenzahlen eher klein**, da knapp die Hälfte weniger als 5.000 und gut ein weiteres Drittel zwischen 5.000 und 10.000 Einwohner*innen zählt. Dafür **fällt der Tourismus dort stark ins Gewicht**, da rund zwei Drittel 200.000 Übernachtungen oder mehr verzeichnen. Auch die Gästestruktur spiegelt diesen Charakter wider: Der **touristische Aufenthalt überwiegt mit rund 55 % deutlich** gegenüber dem gesundheitlich motivierten Besuch.

1.2 Herausforderungen der Heilbäder und Kurorte

Die Ergebnisse der Online-Befragung zeigen, dass die wahrgenommenen Herausforderungen in den Kurorten klar von strukturellen Rahmenbedingungen und Fragen der Betriebsfähigkeit geprägt sind. Am häufigsten werden die **wirtschaftliche Tragfähigkeit der Kureinrichtungen** (89,1 %), der **Nachwuchs- und Fachkräftemangel** (86,4 %) sowie **Struktur- und Finanzierungsprobleme** (83,3 %) genannt (s. Abbildung 7). Damit wird deutlich, dass viele Kurorte den Handlungsdruck weniger in einzelnen Detailthemen sehen, sondern in der gesamtwirtschaftlichen und finanziellen Tragfähigkeit des Kurstandorts und seiner Einrichtungen. Eng damit verbunden ist das ebenfalls hoch bewertete Thema des **Sanierungsbedarfs der (Kur-)Infrastruktur**.

Folgende Herausforderungen deuten auf einen starken **Druck auf die gegenwärtige als auch künftige strukturelle Handlungs-, Betriebs- und Entwicklungsfähigkeit** hin: Personalverfügbarkeit (z. B. medizinisch/therapeutische Leistungen) und ein angemessener baulicher Zustand der Infrastruktur sind zentrale Voraussetzungen, um Kurangebote in der erwarteten Qualität aufrechterhalten und weiterentwickeln zu können.

Abbildung 7: Herausforderungen der Heilbäder und Kurorte in Bayern



Quelle: dwif 2025 Online-Befragung der Kurorte in Bayern, n=62

Ein weiteres Belastungsfeld ergibt sich aus **rückläufigen Übernachtungszahlen** im Kurbereich sowie aus **zunehmenden verwaltungsrechtlichen und administrativen Anforderungen**. Neben begrenzten finanziellen, personellen und infrastrukturellen Ressourcen wird damit auch die wirtschaftliche Grundlage der Heilbäder und Kurorte durch wahrgenommene Nachfragerisiken berührt. Zugleich zeigt sich die administrative Komplexität als relevanter Hemmfaktor, der Planungs- und Umsetzungsprozesse erschwert und notwendige Modernisierungs- und Weiterentwicklungsmaßnahmen aus Sicht der bayerischen Akteur*innen verzögern kann. Dies betrifft beispielsweise Regelungen zum Kurbeitrag oder die Erfüllung und Nachweisführung im Rahmen der Prädikatsanforderungen.

Transformations-, Markt- und Digitalisierungsthemen werden insgesamt als relevante Herausforderungen wahrgenommen, liegen insgesamt – mit Ausnahme der Positionierung im Wettbewerb (79,3 %) – in der Priorität jedoch hinter den strukturellen Themen wie Finanzierung/Wirtschaftlichkeit, Fachkräftesicherung und Sanierungsbedarf. Dies deutet darauf hin, dass strategische Fragen (z. B. Positionierung, Marke, Anpassung an demografische und klimatische Veränderungen) zwar wichtig sind, die Handlungsagenda jedoch häufig zunächst durch finanzielle, personelle und infrastrukturelle Engpässe bestimmt wird.

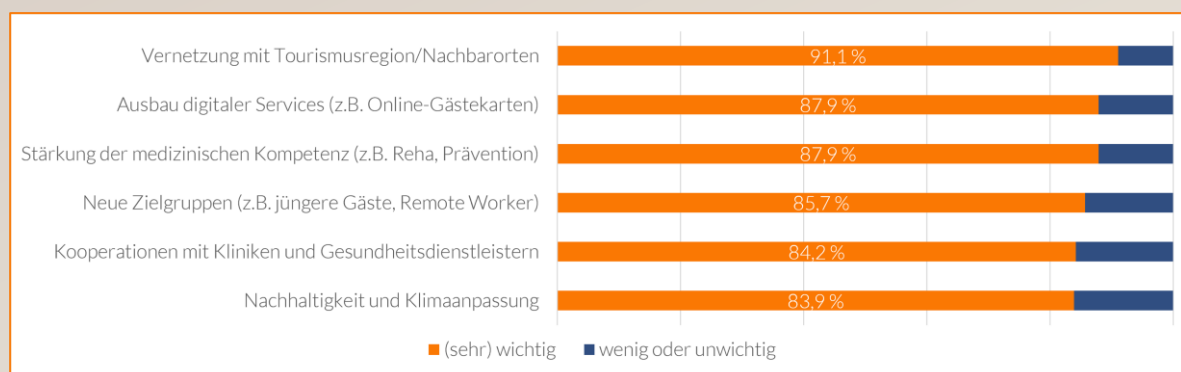
Neben den bisherigen Antwortmöglichkeiten bestand die Möglichkeit zur Beantwortung offener Fragefelder. Die **offenen Nennungen dieser Auswertung stützen die quantitativen Ergebnisse**: Besonders häufig werden auch hier nochmal Finanzierungs- und Wirtschaftlichkeitsfragen, Sanierungs- bzw. Investitionsbedarfe sowie Fachkräfte- und Personalmangel (im Tourismus und Gesundheitsbereich) genannt. Zudem wird wiederholt auf hohe administrative bzw. rechtliche Anforderungen und eine rückläufige Kur-Nachfrage verwiesen, die in Teilen mit einer Verschiebung hin zu Selbstzahlerangeboten einhergeht und die Angebotsentwicklung vor Ort zusätzlich beeinflusst.

1.3 Zukunftsthemen der Heilbäder und Kurorte

Alle Zukunftsthemen werden mit jeweils über 80 % als (sehr) wichtig empfunden (s. Abbildung 8). Mit über 90 % Zustimmung bei den Top-2-Boxes ist aber die **Vernetzung mit Tourismusregionen und Nachbarorten an der obersten Stelle**. Das zeigt den Anspruch, dass wichtige Themen nicht allein vor Ort zu lösen sind, sondern stärker auch an Kooperation und eine gemeinsam abgestimmte Entwicklung nachgedacht werden sollte. In dieselbe Richtung weist auch das Zukunftsthema der Kooperationen mit Kliniken und Gesundheitsdienstleistern.

Darüber hinaus stellen auch der **Ausbau digitaler Services und die Stärkung der medizinischen Kompetenz** mit jeweils rund 88 % zentrale Zukunftsfelder dar. In Anbetracht der Herausforderung des Nachwuchs- und Fachkräftemangels ist das damit verbundene Zukunftsthema der Stärkung medizinischer Kompetenz von Bedeutung. Würde die medizinische Kompetenz entsprechend gefördert und wertgeschätzt, hätte dies auch einen positiven Einfluss auf den Fachkräftemangel.

Abbildung 8: Zukunftsthemen der bayerischen Heilbäder und Kurorte



Quelle: dwif 2025 Online-Befragung der Kurorte in Bayern, n=62

Differenziert man die Einschätzungen nach der höchsten Wichtigkeitsstufe, sticht jedoch das Thema neuer Zielgruppen hervor: Die Hälfte der Befragten bewertet es als sehr wichtig (50,0 %). Damit wird die **Sicherung der künftigen Nachfrage und die Ansprache neuer Gästesegmente als zentraler Zukunftshebel** gesehen, um unter anderem auch der Herausforderung des demographischen Wandels entgegenzuwirken.

Die offenen Nennungen beziehen sich auf diese Schwerpunkte und machen deutlich, wie die Zukunftsthemen aus Sicht der Kurorte konkretisiert werden könnten.

- Digitalisierung wird dabei vor allem mit **moderner Kommunikation, digitaler Sichtbarkeit, Open Data sowie der Verbindung von Therapieangeboten vor Ort mit digitalen Anwendungen** verknüpft.
- Medizinisch-gesundheitliche Zukunftsfelder werden durch Ansätze wie **Longevity und Biohacking** sowie eine stärker **präventionsorientierte Angebotsmodernisierung** erweitert.
- **Nachhaltigkeit und Klimaanpassung** werden in den offenen Nennungen vor allem über konkrete Standortaufgaben mitgedacht, etwa barrierefreie Angebote, ÖPNV-Anbindung und infrastrukturelle Investitionen trotz knapper finanzieller Ressourcen.

Alles in allem stehen die bayerischen Heilbäder und Kurorte vor allem unter wirtschaftlichem, personellem und infrastrukturellem Druck. Für ihre Zukunftsfähigkeit sind daher stabile Finanzierungsgrundlagen, Fachkräftesicherung und Investitionen ebenso entscheidend wie stärkere Kooperationen, digitale Angebote, medizinische Profilierung und die Ansprache neuer Zielgruppen. Die Ergebnisse flossen in einen weiteren partizipativen Austausch im Rahmen der Frühjahrstagung des Bayerischen Heilbäderverbands mit ein.

2. Methodik und Ergebnisse des Workshops

2.1 Methodik und Vorgehensweise

Aufbauend auf den Ergebnissen der Online-Befragung wurden ausgewählte Herausforderungen und Zukunftsthemen im Rahmen von Workshops vertieft.¹⁸ Ziel war es, an die identifizierten Themen aus der Befragung anzuknüpfen und gemeinsam mit den Akteur*innen aus den bayerischen Heilbädern und Kurorten **praxisnahe Handlungsansätze** zu entwickeln. Im Mittelpunkt stand dabei die **Frage, welche kurzfristigen, mittelfristigen und langfristigen Maßnahmen** helfen können, den zentralen Herausforderungen zu begegnen und relevante Zukunftsthemen aktiv weiterzuentwickeln.

Für die Workshopphase wählte das Projektteam drei zentrale Herausforderungen und ein Zukunftsthema aus. Bei den **Herausforderungen** standen die **wirtschaftliche Tragfähigkeit der Kureinrichtungen, Struktur- und Finanzierungsprobleme** sowie der **Sanierungsbedarf der (Kur-)Infrastruktur** im Mittelpunkt. Diese Auswahl griff die Befragungsergebnisse gezielt auf, da viele Rückmeldungen der Kurorte in eine ähnliche Richtung wiesen: Fragen der Finanzierung, der wirtschaftlichen Tragfähigkeit, der strukturellen Handlungsfähigkeit und der infrastrukturellen Erneuerung hängen eng miteinander zusammen und bilden zentrale Grundlagen für die künftige Entwicklung der Kurorte. Durch die Aufteilung in drei Themenstränge konnten diese eng verbundenen Herausforderungen differenziert bearbeitet werden.

¹⁸ Hinweis: Die Workshops fanden am 15. April 2026 im Rahmen des Bayerischen Bädertages in Oberstdorf statt.

Als gemeinsames **Zukunftsthema** wurde **die Stärkung der medizinischen Kompetenz** ausgewählt. Dieses Thema bearbeiteten alle drei Workshopgruppen. Die Auswahl der Stärkung medizinischer Kompetenz knüpfte einerseits an die Online-Befragung an und weist andererseits dabei eine besondere Querschnittsbedeutung auf, da das Thema auch in engem Zusammenhang mit der Herausforderung des Nachwuchs- und Fachkräftemangels steht. Wenn Kurorte medizinische und therapeutische Kompetenz sichtbar machen, weiterentwickeln, wertschätzen und strukturell absichern, können sie auch ihre Attraktivität für Fachkräfte und Gesundheitsdienstleister*innen erhöhen.

Die **Zusammensetzung der Workshopgruppen wurde im Vorfeld auf Basis der angemeldeten Teilnehmenden der Frühjahrstagung des Bayerischen Heilbäderverbands vorbereitet** und mit der Gesundes Bayern Tourismus Marketing GmbH abgestimmt. Bei der Einteilung wurde darauf geachtet, dass Akteur*innen derselben Einrichtung/Orte möglichst auf mehrere Gruppen verteilt wurden. Zudem wurde die Größe der Orte anhand der Einwohner*innenzahl berücksichtigt, um Perspektiven aus kleineren und größeren Kurorten einzubinden. Auf dieser Grundlage entstanden **drei Workshopgruppen mit jeweils etwa 12 bis 18 Personen**.

Jede dieser drei Gruppen bearbeitete jeweils eine der drei ausgewählten Herausforderungen sowie zusätzlich das gemeinsame Zukunftsthema „Stärkung der medizinischen Kompetenz“. Innerhalb der Gruppen teilten sich die Teilnehmenden nochmals in zwei Teilgruppen auf: Eine Teilgruppe arbeitete an der jeweiligen Herausforderung, die andere am Zukunftsthema. Damit **wurde jede Herausforderung einmal vertieft bearbeitet, während das Zukunftsthema in allen drei Gruppen parallel aufgegriffen wurde**. Pro Teilgruppe beschäftigten sich in der Regel etwa sechs bis neun Personen intensiv mit dem jeweiligen Thema. Das dwif begleitete die Gruppen methodisch und fachlich, moderierte die Arbeitsphasen und unterstützte die Konkretisierung der Ergebnisse.

Methodisch wurde die **Kopfstandmethode** angewandt. Diese Vorgehensweise hilft dabei, **eingefahrene Denkmuster aufzubrechen und Herausforderungen aus einer anderen Perspektive zu betrachten**.

- (1) In einem **ersten Schritt** beantworteten die Teilnehmenden daher bewusst zunächst die negative Gegenfrage:

Was müssten wir tun, damit sich die jeweilige Herausforderung garantiert verschlimmert bzw. das Zukunftsthema an den Kurorten nicht aufgegriffen wird?

Auf diese Weise sammelten die Gruppen zunächst problemverstärkende Faktoren, die sich in der Regel leichter identifizieren lassen als positive Aspekte.

- (2) Im **zweiten Schritt** kehrten die Teilnehmenden diese negativen Aussagen ins Positive um.

Was wäre das Gegenteil davon?

Dieser Schritt bildete die **Brücke von der Problemanalyse zur Lösungsorientierung**. Aus den problemverschärfenden Faktoren entstanden dadurch Lösungsprinzipien.

- (3) Im **dritten Schritt** konkretisierten die Gruppen die **positiven Aussagen in Maßnahmen**. Dabei sammelten sie zunächst Stichworte und Handlungsansätze und ordneten diese anschließend nach zeitlicher Umsetzbarkeit. Die **Maßnahmen wurden in drei Zeithorizonte gegliedert**: kurzfristig umsetzbare Ansätze innerhalb von 0 bis 6 Monaten, mittelfristige Maßnahmen innerhalb von 6 bis 18 Monaten sowie langfristige Maßnahmen mit einem Umsetzungshorizont von mehr als 18 Monaten. Damit entstand je Thema eine erste strukturierte Maßnahmenlogik, die sowohl schnell realisierbare Schritte als auch längerfristige Entwicklungsaufgaben berücksichtigt.

Zum Abschluss stellten die Teilgruppen ihre Ergebnisse innerhalb der Workshopgruppen kurz vor. So erhielten alle Teilnehmenden Einblick in die bearbeitete Herausforderung und das gemeinsame Zukunftsthema. Die **Ergebnisse der Workshops werden nachfolgend thematisch aufbereitet und als Maßnahmenansätze für die Weiterentwicklung der bayerischen Heilbäder und Kurorte dargestellt**.

2.2 Auswertung der Workshop-Ergebnisse

Die Auswertung des Maßnahmenkatalogs zeigt: Die bayerischen Heilbäder und Kurorte sehen den größten Handlungsbedarf nicht in isolierten Detailthemen, sondern in **mehreren eng miteinander verbundenen Entwicklungsfeldern**. Im Mittelpunkt stehen vor allem

- die langfristige Sicherung der Finanzierung,
- die politische und gesellschaftliche Argumentation für den Gesundheitstourismus,
- die Stärkung von Kooperationen und Netzwerken,
- die Weiterentwicklung medizinischer Kompetenz sowie
- die Modernisierung von Prozessen, Angeboten und Infrastrukturen.

Hinweis: Die **detaillierten Einzelergebnisse** sowohl zu den identifizierten Maßnahmen als auch zu Negativ-/Positivnennungen sind dokumentiert und liegen dem Bayerischen Heilbäderverband vor. Für den Bericht werden die Ergebnisse nachfolgend verdichtet eingeordnet.

Abbildung 9: Einblicke in den Workshop



Quelle: dwif 2026 Frühjahrstagung des bayerischen Heilbäderverbands e.V.

Ein übergreifender Schwerpunkt der Maßnahmen über alle Herausforderungen hinweg liegt auf der **finanziellen und strukturellen Absicherung der Kurorte**. Viele Maßnahmen machen deutlich, dass Finanzierungsfragen die Grundlage für nahezu alle weiteren Entwicklungsschritte bilden. Ohne verlässliche finanzielle Spielräume lassen sich Kureinrichtungen, medizinisch-therapeutische Angebote, kurörtliche Infrastruktur, Personalressourcen, Digitalisierung und Angebotsentwicklung nur eingeschränkt sichern. Die Maßnahmen reichen daher von kurzfristiger Transparenz über Kosten, Einnahmen und Fördermöglichkeiten bis hin zu längerfristigen Finanzierungsmodellen, um eine belastbare, strategische Finanzierungsbasis sicherzustellen: Ausgaben sollen geprüft, Prioritäten geschärft, Fördermittel gezielter genutzt und neue bzw. ergänzende Finanzierungswege ausgelotet werden.

Eng damit verbunden ist die **Argumentation und Interessenvertretung gegenüber der Politik**. Die Maßnahmen zeigen deutlich, dass Kurorte ihre Bedeutung gegenüber Politik, Verwaltung und Entscheidungsträger*innen stärker mit belastbaren Fakten untermauern müssen. Nur wenn auch die politische Ebene gleichermaßen die Wichtigkeit von prädikatisierten Kurorten und Heilbädern anerkennt, werden für die Themen auch entsprechend positive politische Entscheidungen getroffen und Fördermittel zur Verfügung gestellt. Dafür braucht es gut aufbereitete Argumente zum wirtschaftlichen, gesundheitlichen und gesellschaftlichen Nutzen der Prädikatisierung und des Gesundheitstourismus. Wirtschaftsfaktor, Beschäftigungseffekte, Steueraufkommen, Lebensqualität,

Gesundheitsversorgung, Prävention, Ortsentwicklung und Infrastrukturqualität sollten dabei nicht getrennt betrachtet, sondern als **zusammenhängende Wirkungskette** kommuniziert werden. Gerade für Fördermittel, kommunale Unterstützung, Sanierungsentscheidungen oder die Anerkennung kurörtlicher Aufgaben ist diese Argumentationsgrundlage zentral.

Mehrere Maßnahmen zielen deshalb darauf ab, Zahlen, Beispiele und Wirkungsnachweise systematisch aufzubereiten und regelmäßig in politische Entscheidungsprozesse einzubringen. Neben der politischen Ebene spielt auch die **gesellschaftliche Akzeptanz** eine wichtige Rolle. Der **Maßnahmenkatalog zeigt, dass Kurorte den Nutzen des Tourismus nicht nur nach außen gegenüber Gästen, sondern auch nach innen gegenüber Einheimischen, lokalen Betrieben und politischen Gremien stärker sichtbar machen sollten**. Dabei geht es um die Frage, warum Gesundheitstourismus mehr ist als Gästeaufkommen: Er trägt zur Finanzierung und Pflege von Infrastruktur bei, stärkt Ortsbild, Aufenthaltsqualität, Veranstaltungen, Mobilität, Gesundheitsangebote und lokale Betriebe. Davon profitieren nicht nur Gäste, sondern auch die Bevölkerung vor Ort. Deshalb sollten Kurorte ihren Mehrwert durch Prädikatisierung, Kurbeitrag, touristische Nachfrage und gesundheitstouristische Angebote stärker in die Vermarktung miteinbeziehen und kontinuierlich nach außen kommunizieren.

Ein weiteres zentrales Maßnahmenbündel betrifft die **Zusammenarbeit und Vernetzung**. Im Rahmen der Maßnahmenfindung wurde deutlich, dass sämtliche Themen in Kooperation besser gelöst werden können und innerhalb einer Zusammenarbeit oder eines Netzwerks Synergien genutzt werden können. Gerade bei Finanzierung, medizinischer Kompetenz, Fachkräftegewinnung, Digitalisierung und Angebotsentwicklung braucht es Netzwerke. Diese können zwischen Kurorten, Tourismusorganisationen, Kliniken, Ärzt*innen, Therapeut*innen, Ausbildungsstätten, Hochschulen, Kommunalpolitik, Verwaltung, Kostenträgern und weiteren Leistungsträgern entstehen. Ziel ist insbesondere eine verbindlichere Zusammenarbeit: gemeinsame Projekte, gebündelte Interessenvertretung, geteilte Ressourcen, abgestimmte Angebote und bessere Förderfähigkeit. Kooperation wird damit zu einem zentralen Hebel, um Handlungsfähigkeit zu erhöhen und größere Entwicklungsschritte überhaupt möglich zu machen.

Besonders deutlich wird dies beim Thema der **Stärkung medizinischer Kompetenz**. Die Maßnahmen zeigen, dass Kurorte ihre medizinisch-therapeutische Basis künftig stärker sichern, sichtbar machen und weiterentwickeln müssen. Gleichzeitig steht sie eng mit dem Nachwuchs- und Fachkräftemangel in Verbindung. Die Maßnahmen setzen deshalb unter anderem bei einer stärkeren Vernetzung mit Ärzt*innen und Therapeut*innen sowie Kooperationen mit Ausbildungsstätten an. Anzumerken bleibt, dass das Thema „Stärkung medizinischer Kompetenz“ je nach Zielgruppenausrichtung unterschiedlich gewichtig ist. Bei stärker individualurlauberorientierten Kurorten hat das Thema weniger und bei jenen mit Fokus auf Kliniken und medizinischer Prävention eine höhere Relevanz. Über mögliches Zusammenarbeiten hinaus wurden auch Punkte wie attraktivere Rahmenbedingungen, bessere Sichtbarkeit der vorhandenen Kompetenzen, Entlastung von Bürokratie, Unterstützung bei Fort- und Weiterbildung sowie mehr Wertschätzung für medizinische und

therapeutische Berufe genannt. Neben finanziellen Anreizen spielen auch nicht-monetäre Faktoren eine Rolle, etwa gute Kommunikation, flexible Strukturen, Anerkennung, Entwicklungsperspektiven und ein attraktives Arbeitsumfeld.

Auch **Digitalisierung und KI** werden im Maßnahmenkatalog als wichtige Unterstützungsinstrumente zur Modernisierung sichtbar. Sie werden vor allem als Möglichkeit gesehen, Prozesse zu vereinfachen, Personal zu entlasten, Angebote sichtbarer zu machen und Zugänge zu verbessern. Genannt werden unter anderem digitale Tools, bessere Online-Kommunikation, automatisierte bzw. vereinfachte Abläufe, digitale Buchbarkeit, Datenaufbereitung, KI-gestützte Prozessunterstützung und digitale Informationsangebote.

Ein weiteres Maßnahmenbündel zur Modernisierung betrifft die **Qualität und Weiterentwicklung der Infrastruktur**. Die Maßnahmen zeigen, dass Sanierungsbedarf insbesondere als Frage der Zukunftsfähigkeit der Kurorte zu verstehen ist. Kurparks, Wege, Bäder, Thermen, Aufenthaltsräume, Mobilitätsangebote, medizinische Einrichtungen und touristische Basisinfrastruktur prägen direkt die Qualität des Aufenthalts und die Lebensqualität vor Ort. Deshalb geht es nicht nur darum, bestehende Infrastruktur zu erhalten, sondern Investitionen stärker zu priorisieren und strategisch zu begründen. Dazu gehören Bestandsaufnahmen, Kosten- und Nutzenbewertungen, Nutzerperspektiven, langfristige Sanierungspläne und klare Zuständigkeiten.

Infrastruktur soll dort gestärkt werden, wo sie das gesundheitstouristische Profil, die Aufenthaltsqualität und den Nutzen für Einheimische und Gäste gleichermaßen unterstützt. Auch in der **Angebotsentwicklung** zeigt sich ein ähnliches Muster: Die Kurorte wollen bestehende Angebote nicht nur erhalten, sondern stärker an veränderte Zielgruppen, neue Gesundheitsbedürfnisse und moderne Erwartungen anpassen. Dazu gehören niedrigschwellige Gesundheitsangebote, Prävention, ambulante Kurangebote, medizinisch-therapeutische Leistungen, digitale Ergänzungen, zielgruppengerechte Kommunikation und klarere Qualitätsversprechen. Gleichzeitig wird deutlich, dass Angebote stärker erklärt und vermarktet werden müssen. Es reicht nicht, gute Leistungen vorzuhalten. Ihr Nutzen muss verständlich, glaubwürdig und zielgruppengerecht kommuniziert werden.

Insgesamt wurde in den **Workshops sichtbar**: Trotz der Herausforderungen gibt es **konkrete Stell-schrauben**, an denen Kurorte für Teil- und Gesamtlösungen ansetzen können. Deutlich wurde auch, dass die beteiligten Akteur*innen an die Prädikatisierung glauben und darauf aufbauen möchten. Entscheidend ist nun, an den Ergebnissen dranzubleiben, Netzwerke zu erweitern, zu stärken und in verbindliche Kooperationen zu überführen, damit die Maßnahmen gemeinsam und ganzheitlich umgesetzt werden können.

3. Fazit: Kurorte wirken!

Kurorte wirken: Das zeigen der Wirtschaftsfaktor Tourismus, die Nutzenbetrachtung für Gäste und Kommunen sowie die Ergebnisse der Online-Befragung und des Workshops. Bayerns Heilbäder und **Kurorte sind Gesundheits-, Wirtschafts- und Lebensqualitätsstandorte**: Sie schaffen Wertschöpfung, sichern Einkommen und Beschäftigung, stärken kommunale Einnahmen und bieten Gästen Orientierung, geprüfte Qualität und gesundheitsbezogene Angebote. Auch Einwohner*innen profitieren von Infrastruktur, Erholungsräumen, Gesundheitsangeboten und Standortattraktivität. Gleichzeitig stehen die Kurorte unter **wirtschaftlichem und strukturellem Druck**. Finanzierung, Fachkräfte, Positionierung, Bürokratie und Sanierungsbedarf bestimmen die Handlungsagenda. Die Zukunftsthemen verstehen sich als Unterstützungshebel: Vernetzung und Kooperation helfen beispielsweise, Ressourcen zu bündeln und Maßnahmen wirksamer umzusetzen.



Darüber hinaus sind die **Qualitätsversprechen und -sicherung** für Kurorte zentral. Diese leben von kontinuierlichen Investitionen in die Gesundheits-, Kur- und lokale Infrastruktur sowie von verlässlichen **Rahmenbedingungen**. Damit dieses Qualitätsversprechen gehalten werden kann, müssen auch Politik und Verwaltung die Bedeutung ihres Handelns erkennen. **Entbürokratisierung, Unterstützung bei Finanzierung und Infrastruktur sowie passende rechtliche und förderpolitische Grundlagen** sind zentrale Voraussetzungen. Durch fortlaufende Finanzierung entsteht eine Aufwärtsspirale positiver Wirkungen für Kurorte (s. Abbildung 10). **Umso wichtiger ist es daher, die Bedeutung und den Mehrwert der Kurorte anzuerkennen und ihre Finanzierung zu gewährleisten, um langfristig Qualität zu sichern. Qualitätssicherung ist deshalb keine freiwillige Zusatzaufgabe, sondern die Grundlage dafür, dass Prädikatisierung dauerhaft wirken kann. Wer Kurorte stärkt, investiert in Gesundheit, Lebensqualität, regionale Wertschöpfung und Zukunftsfähigkeit.**