



Heilbäder und Kurorte blicken positiv in die Zukunft

STUTTGART – Die 56 Heilbäder und Kurorte in Baden-Württemberg zählen zu den wichtigsten Standbeinen des Tourismus. Rund 15 Prozent aller beim Statistischen Landesamt gemeldeten Ankünfte sowie 23 Prozent aller Übernachtungen im Land entfallen auf die Heilbäder und Kurorte, betonte Tourismusminister Guido Wolf MdL auf einer gemeinsamen Pressekonferenz mit dem Heilbäderverband Baden-Württemberg e.V. „Mit über drei Millionen Ankünften und mehr als zwölf Millionen Übernachtungen im Jahr 2018 leisten die Heilbäder und Kurorte einen wesentlichen Beitrag zum Tourismus im Land. Auch mit Blick auf den demographischen Wandel und den anhaltenden Wellnesstrend ist der Bädertourismus ein Wachstumsmarkt mit großem Potential. Wir werden daher alles daransetzen, dass Baden-Württemberg seine Stellung als Bäderland Nummer eins beibehält und weiter ausbaut. Deshalb ist es richtig, dass wir den Gesundheitstourismus in der neuen Tourismuskonzeption als maßgebliches Themenfeld behandeln. Dort ist unter anderem vorgesehen, die Stellung der Heilbäder und Kurorte Marketing GmbH, die den Gesundheitstourismus landesweit vermarktet, weiter zu stärken“, so Wolf.

Der Bruttoumsatz im Gesundheitstourismus lag nach Berechnungen des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr an der Universität München (dwif) in Baden-Württemberg im Jahr 2017 bei 3,53 Milliarden Euro. Im Wesentlichen setzte sich der Gesamtumsatz in den Heilbädern und Kurorten aus den Einnahmen der gewerblichen Betriebe (Hotels, Gasthöfe, Pensionen, usw.) in Höhe von 1,8 Milliarden Euro und den Einnahmen aus Tagesreisen in Höhe von 1,45 Milliarden Euro zusammen, so Fritz Link, Präsident des Heilbäderverbandes Baden-Württemberg e.V. Hinzu kommen der Bruttoumsatz von Dauercampern und Reisemobilisten (57 Mio. Euro), von Privatvermietern (126 Mio. Euro) und von Bekannten- und Verwandtenbesuchen (115 Mio. Euro).

Hieraus ergebe sich für die 56 Heilbäder und Kurorte im Land ein Einkommens- und Beschäftigungsäquivalent von 58.980 nicht exportierbaren Arbeitsplätzen, die sich überwiegend im ländlichen Raum befänden, resümiert Fritz Link, weshalb sich der Heilbäderverband seit Jahrzehnten für den Erhalt dieser Arbeitsplätze einsetzt.

Die neue Tourismuskonzeption des Landes wird vorsehen, dass die Heilbäder und Kurorte Marketing GmbH künftig das Themenfeld Gesundheitstourismus federführend im landesweiten Tourismusmarketing vertritt. Für diese neue Herausforderung sieht sich die Marketingorganisation und 100%-ige Tochter des

Heilbäderverbandes, die Heilbäder und Kurorte Marketing GmbH Baden-Württemberg (HKM GmbH), mit Unterstützung der Heilbäder und Kurorte sowie der touristischen Regionen im Land bestens aufgestellt. Bereits im Jahr 2018 hat die HKM GmbH mit Unterstützung des Tourismusministeriums begonnen, die Heilbäder und Kurorte mit deren spezifischen Besuchsmotiven bundesweit repräsentativ unter die Lupe zu nehmen. Die verbandsseitig initiierte Marktforschung und die darauf aufbauenden Produktentwicklungen seien, so Link, die Eckpfeiler eines modernen, kundenorientierten Marketings.

Die Motiv- und Zielgruppenanalyse hat u.a. verdeutlicht, dass Kurorte für den Großteil der deutschen Wohnbevölkerung Tages- und auch Übernachtungsreiseziele sind bzw. dies potentiell sein können. Alle Altersgruppen zeigen dabei hohes Interesse an einem Aufenthalt in den Heilbädern und Kurorten und suchen insbesondere die Themen Erholung, Natur und Gesundheit. Die Heilbäder und Kurorte sind für die wichtigsten Urlaubsaktivitäten und -wünsche der deutschen Bevölkerung geradezu prädestiniert, so Verbandspräsident Link. Im Urlaub wollen die Deutschen frische Kraft sammeln und die Seele baumeln lassen (jeweils 91% der Befragten ist das im Urlaub (sehr) wichtig). Reine Luft und sauberes Wasser suchen 89% der deutschen Wohnbevölkerung im Urlaub. Auch Angebote wie Baden im Mineral-Thermal-Wasser, Rückenschule, Aqua Fitness, Wandern im Heilklima sowie Waldbaden erfreuen sich großer Beliebtheit. Sie stellen Alleinstellungsmerkmale dar, die andere Tourismusdestinationen in dieser Vielfalt nicht bieten können. Heilbäder und Kurorte stünden dabei wie kein anderer Ort für eine prädikatisierte Infrastrukturqualität, so Fritz Link. Diese werde in Abständen von 10 Jahren durch das Land überprüft.

Kontakt:

*Heilbäderverband Baden-Württemberg
GF Arne Mellert
Esslinger Str. 8
70182 Stuttgart
Tel.: 0711 / 89 24 80 00
E-Mail: arnemellert@heilbaeder-bw.de*

*PR-Kontakt:
Marina Moser
Esslinger Str. 8
70182 Stuttgart
Tel.: 0 711 / 89 24 80 02
E-Mail: marinamoser@heilbaeder-bw.de*

*Ministerium der Justiz und für Europa Baden-Württemberg
Robin Schray
Schillerplatz 4,
70173 Stuttgart
Tel. 0711-279-2108
pressestelle@jum.bwl.de*