

Dr. Gerd Müller

Präsident Deutscher Heilbäderverband e. V.

Reinhardtstraße 46 | 10117 Berlin

Gesundheitstourismus in Heilbädern und Kurorten – seit Jahrhunderten der Prävention und Qualität verpflichtet

Gesundheitsausgaben steigen weiter – neue Krankheitsbilder

Das Gesundheitswesen steht vor großen Herausforderungen. Die steigende Lebenserwartung aber auch zunehmende Lebensarbeitszeit und die immer komplexer werdenden Anforderungen der Arbeitswelt führen einerseits dazu, dass die Menschen ihre Gesundheit und Arbeitskraft länger aufrecht erhalten müssen. Andererseits muss dem Wandel des Krankheitsspektrums sowie dem beängstigenden Anstieg der chronischen und multimorbiden Erkrankungen wirksam entgegengetreten werden. Diese Tatsachen sowie der medizinische Fortschritt bedeuten, dass die Ausgaben im Gesundheitswesen in den nächsten Jahren weiter zunehmen werden. Lagen die Ausgaben der gesetzlichen Krankenkassen (GKV) im Jahr 2005 bei ca. 144 Mrd. EUR lagen sie im Jahr 2008 bei ca. 161 Mrd. EUR und wurden für 2010 auf 174 Mrd. EUR geschätzt.

Rund die Hälfte der gesamten finanziellen Krankheitslast wird bereits heute beeinflussbaren bzw. vermeidbaren gesundheitlichen Risikofaktoren zugeschrieben – Tendenz steigend. Der deutschen Wirtschaft entstehen durch krankheitsbedingte Fehlzeiten Schäden in Höhe von ca. 35 Mrd. Euro (Stand 2001). Rückenschmerzen sind der häufigste Grund für Krankmeldungen. Es trifft vor allem Arbeitnehmer zwischen 45 und 59 Jahren und verursacht Kosten von fast 15 Mrd. Euro pro Jahr. Hinzu kommen weitere 25 Mrd. Euro Behandlungskosten.

Schätzungen des „Instituts für Medizin-Ökonomie & Medizinische Versorgungsforschung“ zufolge werden die Ausgaben der Krankenkassen für Therapien im Rahmen der Adipositas-Problematik und den Folgeerkrankungen des Herz- und Gefäßsystems von rund 13 Mrd. EUR im Jahr 2010 auf 18,5 Mrd. EUR im Jahr 2020 ansteigen. Zu ähnlich erschreckenden Hochrechnungen kommt auch das „Fritz-Beske-Institut für Gesundheitssystem-Forschung“ in seiner „Morbidityprognose 2050“. Bis zum Jahre 2050 werden der Prognose zufolge die Erkrankungen an Diabetes mellitus bis zu 22 Prozent zunehmen und einen Wert von bis zu 7,8 Mio. erreichen. Die prognostizierte Zunahme der jährlichen Herzneuerkrankungen liegt bei 75 Prozent die für Schlaganfälle bei 62 Prozent.

Paradigmenwechsel notwendig – Prävention und Gesundheitsförderung müssen Schwerpunkt werden

Diese umfassenden gesundheits- und wirtschaftspolitischen Herausforderungen machen einen Paradigmenwechsel beim Thema Gesundheit notwendig. Die Antwort muss die konsequente Stärkung und der Ausbau von Prävention und Gesundheitsförderung nach dem Vorsatz „Vorbeugen ist besser als heilen“ sein. Mit betrieblicher Gesundheitsförderung und Prävention können die Krankheitskosten reduziert sowie die Gesundheits- und Arbeitsqualität verbessert werden. Der „Sachverständigenrat im Gesundheitswesen“ kommt Berechnungen zufolge zu der Einschätzung, dass durch eine gezielte Prävention eine generelle Einsparung von 25 bis 30 Prozent der gesamten Krankheitsausgaben möglich wäre. Hierbei positionieren sich die deutschen Heilbäder und Kurorte als starke und leistungsfähige Gesundheitskompetenzzentren und bieten hier hervorragende Möglichkeiten zur Weiterentwicklung als Gesundheitsregionen. Prävention und Gesundheitsförderung müssen neben Kuration, Rehabilitation und Pflege als vierte Säule im Gesundheitswesen etabliert und gefestigt werden. Dem entgegen steht der zu beobachtende Rückgang von Genehmigungen für Kuren und der erschwerte Zugang zu wohnortfernen/kompakten Primärpräventionsmaßnahmen gem. § 20 SGB V. Hier muss die Politik handeln.

Neben den gesundheits- und sozioökonomischen Vorteilen muss ein weiterer wesentlicher Punkt berücksichtigt werden. Prävention im Sinne eines gesünderen Lebensstils macht es den Deutschen laut Angaben des Weltgesundheitsberichtes möglich fünf bis zehn Jahre länger gesund zu bleiben und die Lebensqualität enorm zu steigern. Die Balance zwischen Arbeit und Leben wird zum wichtigen Thema unserer Zeit. Unterstützt wird dieser Perspektivenwechsel dadurch, dass Gesundheit als der „Mega-Trend der Zukunft“ angesehen wird.

Der Wachstumsmarkt Gesundheit

Das Gesundheitswesen zählt mit einem Marktvolumen von 291 Mrd. EUR zu den wichtigsten Sektoren der deutschen Volkswirtschaft und ist mit heute 4,4 Mio. Beschäftigten der „größte“ Arbeitgeber der Bundesrepublik. Die deutsche Gesundheitswirtschaft gliedert sich in zwei Märkte. Der erste Gesundheitsmarkt ist ein stark regulierter Markt, zahlreiche Gesetze dämmen die Ausgaben der Krankenkassen bewusst ein, dennoch stiegen die Gesundheitsausgaben durchschnittlich um 2,5 Prozent pro Jahr. Er umfasst die durch gesetzliche und private Krankenversicherung, Pflege-, Renten- und Unfallversicherung und öffentliche Haushalte finanzierte Gesundheitsversorgung.

Im zweiten Gesundheitsmarkt sind alle privat finanzierten Leistungen im Gesundheitsbereich sowie der private Konsum mit der Intention Gesundheit und Prävention angesiedelt, also auch der Gesundheitstourismus. Dieser Markt ist statistisch schwerer greifbar und erreicht

nach aktuellen Schätzungen ein Marktvolumen von 45 (bis 60) Mrd. Euro. Vorausgesagt werden Wachstumsraten von bis zu 6 Prozent.

Die deutschen Heilbäder und Kurorte agieren auf beiden Märkten. Einerseits verlangen die Kostenträger der Sozialkuren Zuzahlungen von den Versicherten (z.B. gem. § 23 Abs. 2 SGB V, ambulante Vorsorge im anerkannten Kurort). Andererseits gewähren sie ihnen Zuschüsse zu privat finanzierten Gesundheitsleistungen (gem. § 20 Abs. 1 SGB V).

Ziele einer Kurbehandlung sind unter anderem eine Wiederherstellung der Arbeitskraft und Wiedereingliederung ins Berufsleben sowie die Ermöglichung einer langen Arbeitsfähigkeit. Somit tragen Kuren abgesehen von dem oben angedeuteten Marktvolumen auch insgesamt zu einer Stärkung der Volkswirtschaft durch leistungsfähigere Erwerbstätige bei.

Neben der Gesundheitswirtschaft als Wachstumslokomotive ist auch der Tourismus ein bedeutender Wirtschaftsfaktor. Das Kur- und Bäderwesen ist mit weit über 30 Prozent der Übernachtungen eine wesentliche Säule des Deutschlandtourismus. In die eigene Gesundheit zu investieren liegt im Trend der heutigen Zeit.

„Gesundheit ist nicht alles, aber ohne Gesundheit ist alles nichts.“

Gesundheit nimmt bei nahezu jedem Menschen einen sehr hohen Stellenwert ein. Die Menschen wollen nicht nur im Berufsleben arbeitsfähig, sondern darüber hinaus auch im privaten Umfeld aktiv und gesund sein, bis ins hohe Alter hinein. Unter Gesundheit wird längst nicht mehr die Abwesenheit von Krankheit, sondern der Zustand des vollkommenen körperlichen, seelischen und sozialen Wohlbefindens verstanden. Damit wird Gesundheit ein Prozesscharakter zugesprochen, den es entsprechend den aktuellen Lebensumständen und Möglichkeiten zu optimieren gilt. Im Mittelpunkt dieses Prozesses stehen Prävention (gesund bleiben), allgemeine Maßnahmen zur Verbesserung der eigenen Lebensqualität (genießen) und Rehabilitation (gesund werden). Gesundheit, Fitness und Leistungsfähigkeit sind Maßstab für soziale Anerkennung. Obwohl Gesundheit eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe ist steigt somit das Bewusstsein der Eigenverantwortung. Mittlerweile sind rund 80 Prozent der Gäste in den deutschen Kurorten und Heilbädern Selbstzahler.

Gesund leben bedeutet aber nicht den Verzicht auf die Lustkomponente des Daseins. Vielmehr zeigt sich, je gesünder der Gast ist, umso mehr übliche Tourismuselemente erwartet er.

Dem Gesundheitstourismus als „Gesamtheit der Beziehungen und Erscheinungen, die sich aus der Ortsveränderung und dem Aufenthalt von Personen zur Förderung, Stabilisierung und gegebenenfalls Wiederherstellung des körperlichen, geistigen und sozialen Wohlbefindens unter der Inanspruchnahme von Gesundheitsleistungen ergeben, für die der Aufenthaltsort weder hauptsächlicher noch dauernder Wohn- und Arbeitsort ist“ (Kaspar, 1996) kommt in diesem Zusammenhang eine hohe Bedeutung zu.

Herausforderungen im Gesundheitstourismus

Die demographische Entwicklung, der Wertewandel, ein wachsendes Gesundheitsbewusstsein, die Gesundheitsvorsorge sowie die Veränderung von Arbeit und Freizeit sind die gesellschaftlichen Entwicklungsmotoren von Gesundheitswirtschaft und Gesundheitstourismus.

Die Bedeutung des Wirtschaftsfaktors Alter für den Gesundheitstourismus ist enorm, so geben die über 50-jährigen überproportional viel für Gesundheit und Reisen aus. Sie stellen andere Anforderungen als die Jüngeren sind jedoch keine homogene Gruppe. Sie sind gesünder, aktiver und mobiler als früher, aber auch besonders erfahren und qualitätsorientiert.

Gesundheitstouristische Angebote stehen vor den Herausforderungen traditionelle und bewährte medizinische Konzepte mit innovativen Verwöhnangeboten zu kombinieren und das auf hohem Qualitätsniveau. Die Patienten und Gesundheitstouristen erwarten primäre, sekundäre und tertiäre Angebote. Unter den primären Angeboten werden medizinische Leistungen verstanden. Sekundäre Angebote umfassen u.a. Nachbehandlung, medizinischer Check-Up, Verpflegung, Klinik- und Zimmerausstattung, Wartezeiten, sowie Dolmetscherdienstleistungen. Im tertiären Sektor sind Angebote wie Wellness, Kultur, Umgebung, Verkehrsanbindung, Servicedienstleistungen und medizinische Leistungen für Mitreisende angesiedelt.

Die Zielsetzung des Gesundheitstourismus – Erhaltung, Stabilisierung und Wiederherstellung von Gesundheit – in Kombination mit den drei Angebotsstrukturen erfüllen die deutschen Heilbäder und Kurorte mit ihren ortsgebundenen Heilmitteln. Die Kur ergänzt im gesamtgesellschaftlichen Gesundheitssystem die ambulante ärztliche Versorgung und die Behandlung im Akutkrankenhaus mit einer systematisierten, gezielten und naturgemäßen Allgemeinbehandlung. Gleichzeitig zeichnen die Heilbäder und Kurorte sich durch ihre touristische Vielfalt aus. Das deutsche Kurortensystem – die gesamte Infrastruktur des Ortes ist auf das Ziel Gesundheit ausgerichtet – gilt als weltweit einmalig und besitzt eine über Jahrhunderte gewachsene und gesundheitsfördernde Struktur. Zudem haben Abwanderung und Alter insbesondere in ländlichen Regionen erheblichen Einfluss auf das touristische Potenzial. Daher sind die Heilbäder und Kurorte eine der wichtigsten Stützen des Tourismus im ländlichen Raum.

Qualität ist Triumph / Die Rolle des DHV

Prognosen erwarten, dass der Gesundheitsmarkt sich auch in den kommenden Jahren weitgehend positiv entwickelt. Das hat zur Folge, dass der Markt zunehmend durch eine

Vielzahl von Leistungsträgern mit einem breiten gesundheitstouristischen Angebot geprägt ist.

Die traditionsreichste Organisation im Bereich des Gesundheits- und Wellness-tourismus ist der Deutsche Heilbäderverband e.V. (DHV). Der DHV vertritt ca. 350 deutsche Heilbäder und Kurorte, die ein Drittel aller Übernachtungen im Deutschlandtourismus stellen. Im Jahr 2009 wurde ein Gesamtumsatz von ca. 30 Mrd. Euro erreicht und 19,5 Mio. Gäste und ca. 103 Mio. Übernachtungen gezählt. Rund 400.000 Menschen sind im Kur- und Bäderwesen beschäftigt. Die Nachfrage nach Gesundheitsdienstleistungen, insbesondere im Gesundheitstourismus, orientiert sich an Qualität und Beständigkeit, Service und einem ganzheitlichen Ansatz mit hohem Verwöhnanteil. Transparenz und eine einheitlich hohe Qualität sind die Markenzeichen des DHV und seiner Mitglieder. Hierfür stehen die Qualitätsstandards der Begriffsbestimmungen, die als allgemein anerkannte Grundsätze des Kur- und Bäderwesens weitgehend Bestandteil der Kurortgesetze und -verordnungen der Länder sind. Sie bescheinigen dem Kurort die besondere Eignung für Gesundheit und garantieren dem Gast Struktur und Qualität. Die Heilbäder und Kurorte besitzen hier Alleinstellungsmerkmale. Ganzheitlichkeit wird hochgehalten. Elementare Bestandteile eines Kurortes sind das Klima und die herausragende Luftqualität, die Dichte des Systems von Reha-Kliniken sowie die Vernetzung mit anderen medizinischen und therapeutischen Anbietern des Kurortes als Gesundheitskompetenzzentrum. Hinzu kommt eine hervorragende Servicequalität und Ausbildung des medizinischen und nichtmedizinischen Personals, die hohe Fachkenntnis der Ärzte und Therapeuten. Im Mittelpunkt stehen die ortsgebundenen Heilmittel, die als Naturheilmittel unter Aufsicht von bestens ausgebildeten Kur- und Badeärzten angewendet werden. Darüber hinaus befinden sich unsere Heilbäder und Kurorte in landwirtschaftlich reizvoller Lage und kombinieren dies mit dem Angebot vielfältiger kultureller Erlebnisse und Erholungseinrichtungen im Kurort, die in der Regel autofrei erreichbar sind. Sie gelten als Leuchttürme im strukturschwachen, ländlichen Raum. Mit diesen Merkmalen, die weltweit einzigartig sind, stehen die deutschen Heilbäder und Kurorte, laut Bundesregierung, im Zentrum des Gesundheitstourismus. Sie präsentieren sich als innovative Gesundheitskompetenzzentren mit einem umfassenden Leistungsangebot, hoher Professionalität und Gästeorientierung. Somit werden einzig die Destinationen des DHV den Ansprüchen der unterschiedlichsten Zielgruppen vom Gesundheitstouristen bis hin zum klassischen Kurgast und Reha-Patienten gerecht. Diese Einzigartigkeit bietet einen enormen Vorteil gegenüber gesundheitstouristischen Angeboten aus dem Ausland und trägt somit zur Stärkung der tourismuspolitischen Leitlinien der Bundesregierung bei.

Gesundheit weiter stärken – Prävention gezielt fördern

Im Gesundheitstourismus liegt weiteres Potenzial für Gesundheitsförderung. Das erstarkte Bewusstsein der Eigenverantwortlichkeit für Gesundheit zog eine bereits heute veränderte Nachfrage und einen Strukturwandel des Angebotes in den Kur- und Bäderbetrieben sowie in der gesundheitstouristischen Branche nach sich. Ausdruck findet dieser Wandel im Forschungsprojekt „Innovativer Gesundheitstourismus in Deutschland“ des Deutschen Tourismusverbandes e.V.. Begleitet wird dieses Projekt durch einen interdisziplinär zusammengesetzten Beirat, der eine möglichst breit gefächerte fachliche und wissenschaftliche Unterstützung gewährleistet. Sowohl der Vizepräsident als auch der Geschäftsführer des DHV sind in diesem Beirat vertreten. Nach derzeitigem Stand kommen rund 90 Prozent der eingereichten innovativen Angebote aus dem Kur- und Bäderwesen und untermauern somit den Bedeutungsfaktor der Heilbäder und Kurorte für den Gesundheitstourismus in Deutschland.

Die deutschen Heilbäder und Kurorte sind im gesundheitstouristischen Markt gut aufgestellt, dennoch müssen aus Sicht des DHV weitere Maßnahmen erfolgen, um dem Stellenwert von Gesundheit in der Gesellschaft gerecht zu werden und die Qualität der gesundheitstouristischen Angebote auf hohem Niveau zu halten:

1. Betriebliche Gesundheitsförderung

Heilbäder und Kurorte sind zur Förderung und Anwendung verhaltenstherapeutischer Maßnahmen für Bewegung, Ernährung und Entspannung prädestiniert. Deshalb sollten wohnortferne Kompaktmaßnahmen weiterhin möglich sein und die steuerlichen Anreize für Betriebe ausgebaut werden.

2. Anpassung der Sozialversicherungsträgerbudgets an die Erfordernisse des demographischen Wandel

Vorsorge und rechtzeitige Rehabilitation gewinnen angesichts der Notwendigkeit des Erhaltens von Erwerbs- und Leistungsfähigkeit bei verlängerten Lebensarbeitszeiten und der Gewährleistung von Lebensqualität zunehmend an Bedeutung. Die Budgets der Sozialversicherungsträger sind diesen Erfordernissen anzupassen. Eine Stärkung und nicht Schwächung der ambulanten Kur ist notwendig. Die Kompetenz in den Einrichtungen der Heilbäder und Kurorte gewährleistet einen effizienten und kostensparenden Einsatz.

3. Umsetzung der gesetzlichen Pflichtleistung bei Eltern-Kind-Kuren

Eltern-Kind-Kuren sind gesetzliche Pflichtleistungen der Krankenkassen. Eine restriktive Handhabung schadet nicht nur den Betroffenen. Sie produziert auch vermeidbare

Folgekosten für die nachwachsenden Generationen und ist für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf kontraproduktiv.

4. Erhalt des ermäßigten Mehrwertsteuersatzes von 7 Prozent auf Hotellerieleistungen

Die Mehrwertsteuersenkung wirkt auch in unseren Heilbädern und Kurorten. Die Steuerentlastung gibt den Hotels die Möglichkeit, zu investieren und das Preis-Leistungs-Verhältnis zu verbessern. Die Hoteliers schaffen neue Jobs, investieren in Neuanschaffungen, Renovierungen, Mitarbeiterschulungen, erhöhen die Löhne und senken die Preise. Diese Maßnahmen ziehen eine Erhöhung der Qualitätsstandards nach sich, was konsequenter Weise zu einem Wettbewerbsvorteil im Gesundheitstourismus führt.

5. Verbesserung der Entlohnung und Weiterbildung des Personals

Ein entscheidender Faktor für die Reiseentscheidung ist die Servicequalität. Es ist für den reiseerfahrenen und qualitätsorientierten Gast maßgeblich, dass er vor Ort ein sehr gut geschultes und serviceorientiertes Personal vorfindet. Deshalb sollte an Personal und Weiterbildung nicht gespart werden. Wir brauchen eine neue Berufs- und Qualifizierungsoffensive in den Gesundheitsberufen.

6. Konsequenter und zügiger Anschluss aller Heilbäder und Kurorte an das schnelle Internet

Umfragen zufolge fallen Reiseentscheidungen zunehmend durch die Informationen aus dem Internet. Ziel muss es daher sein die Breitbandstrategie zügig umzusetzen, da sich in der Anbindung an das Breitbandnetz ein weiteres Wachstumspotenzial des Gesundheitstourismus verbirgt.

7. Urheberrecht – Hotelsendetarif

Hotels sind keine Kabel- oder Sendeunternehmen. Im Gesetzestext muss dringend klargestellt werden, dass die Weiterleitung von Programmsignalen kein urheberrechtsrelevanter Vorgang ist. Die Liste der Anspruchssteller wird immer länger. Deshalb: Schluss mit der Gebührenwillkür. Es darf nicht sein, dass die von den Hotels an die Verwertungsgesellschaften und Sendeunternehmen zu zahlenden Gebühren ins Exorbitante steigen.

8. Infrastruktur und Verkehr

Die infrastrukturellen Besonderheiten der Heilbäder und Kurorte rechtfertigen eine Sonderbehandlung bei der Städtebauförderung und müssen berücksichtigt werden. Zudem sind vor allem umweltverträgliche Verkehrsangebote zu gewährleisten. Gerade für Ältere sollte die Anbindung mit Bahn und Bus an die Orte im ländlichen Raum optimiert werden. Dies würde auch dem Landtourismus im Allgemeinen zu Gute kommen.

9. Verbessertes Lärmschutz an Straßen und Schienenwegen

Mit Verweis auf die besondere Erholungs- und Genesungsfunktion sind Belange der Patienten und Gäste bei den Lärmschutzmaßnahmen an den Schienenwegen und an Bundesautobahnen und Bundesstraßen sowie den Ortsumfahrungen im Zuge von Bundesstraßen mit besonderer Priorität zu versehen und entsprechend zu bewerten. Sofern es sich nicht um Hauptstrecken handelt, sollte für den Güterschienenverkehr ein grundsätzliches Nachtfahrverbot gelten.

10. Verstärkter Ausbau und Förderung von Elektromobilität in deutschen Heilbädern und Kurorten

Ein wesentlicher Bestandteil des Gesundheitstourismus in den deutschen Heilbädern und Kurorten ist das besondere Bioklima. Der Ausbau von Elektromobilität in den Destinationen trägt dazu bei dieses Alleinstellungsmerkmal zu erhalten und den Gästen und Patienten weiterhin beste Luftqualität bieten zu können.

11. Ausbau des Komforttourismus/Barrierefreiheit

Barrierefreiheit ist ein Segment mit Potential. Dem Statistischen Bundesamt zufolge leben 7,1 Mio. Schwerbehinderte in Deutschland. Einer im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie durchgeführten Studie zufolge würden 48 Prozent aufgrund verbesserter Angebote häufiger Reisen. Bei nur einer zusätzlichen Reise kämen knapp 1,9 Mio. Reisen jährlich zustande. In der bisherigen unbefriedigten Nachfrage wird ein Steigerungspotenzial von 620 bis 1930 Mio. Euro gesehen.

12. Erhalt und Ausbau der Unterstützung für die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT)

Die DZT muss ihre Bedeutung und ihren Stellenwert als die Marketingorganisation, die Deutschland und somit unsere Heilbäder und Kurorte im Ausland bewirbt, behalten. Positiv ist hierbei die Kooperation des DHV mit der DZT für das Themenjahr 2011 –

Gesundheitsurlaub in Deutschland mit Unterstützung des Bundesministeriums für Wirtschaft zu bewerten. Zudem läuft das länderübergreifende Inlandsmarketing der DZT 2011 aus. Eine Ersatzlösung ist unverzichtbar.

13. Unterstützung des DHV bei der Einführung eines einheitlichen/bundesweiten Siegels für Gesundheitsreisen

Die Chancen im gesundheitstouristischen Markt liegen nicht vordergründig im Preiswettbewerb, sondern im Qualitätswettbewerb. Um den Gästen eine Orientierungshilfe für ihre Reiseentscheidung an die Hand zu geben wurden im Gesundheitstourismus verschiedene Dachmarken als Qualitätszeichen entwickelt. Ziel sollte es jedoch sein, diesen „Markendschungel“ in einem einheitlichen bundesweiten Siegel zu bündeln. Federführend sollte bei der Entwicklung eines solchen Siegels der DHV sein, da allein bei den deutschen Heilbädern und Kurorten die Kompetenz für das gesamte Spektrum des Gesundheitstourismus liegt.

Berlin, 22. November 2010

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Gerd Müller', with a stylized flourish at the end.

Dr. Gerd Müller
Präsident des Deutschen Heilbäderverbandes e. V.