

BG Gesundheitszentrum Weißwasser GmbH i.G.
Friedrich-Bodelschwingh-Straße 14
02943 Weißwasser

Deutscher Bundestag
Ausschuss für Tourismus
Herr Klaus Brähmig, MdB
Platz der Republik 1

11011 Berlin

Bad Muskau, 22.11.2010

Öffentliche Anhörung zum Thema Gesundheitstourismus Schriftliche Stellungnahme, Thesen und Probleme

Es muss klar definiert werden: „Was ist Gesundheitstourismus?“ Dazu der Vorschlag des Sächsischen Heilbäderverbandes: Gesundheitstourismus ist diese Reisegruppe, welche gezielt in einen Ort oder eine Einrichtung fährt, um langfristig mehr Gesundheit zu erlangen, Gesundheitsstörungen zu ändern oder zu beseitigen. Der Gesundheitstourist will gezielt etwas für seine Gesundheit tun. Er ist nicht der allgemein in den Urlaub fahrende Gast oder Kunde, der natürlich, wenn er aktiv etwas für seine Erholung tut, auch gleichzeitig etwas mehr Gesundheit erlangt.

Der Gesundheitstourist ist kein Kunde sondern Klient. Er erwartet in dem Ort oder der Einrichtung eine fachkompetente Beratung, in welcher durch Gesundheitsexperten nachgefragt wird, welche Gesundheitsstörungen vorliegen und anschließend berät mit welchen Maßnahmen diese Störungen gelindert oder beseitigt werden können und auch nachhaltig seinen Gesundheitszustand verbessern. Die Aufgabe des Gesundheitstourismus besteht auch darin, Menschen zu unterstützen, mit ihrer Krankheit umzugehen bzw. diese zu managen und am Wohnort in eigener Verantwortung den Lebensstil anzupassen.

Prävention und Gesundheitsförderung müssen eigenständig als Disziplin, als 2. Gesundheitsmarkt, betrachtet werden. Gesundheitstourismus ist ein relativ neuer, ganz anderer Markt als der allgemeine Tourismus oder Urlaub, er ist zielorientiert.

- Der Aufenthalt am Kurort ist die traditionelle Form für ergebnisorientierten Urlaub und am besten dafür geeignet, eine Besserung zu erreichen. Schlafstörungen, Stressbewältigung, Erkrankungen am Bewegungsapparat oder Fastenurlaub sind z.B. der klassische Gesundheitsurlaub mit langanhaltender Wirkung – Gesundheitsstörungen werden dabei gemindert.

- Die Angebote im 2. Gesundheitsmarkt, insbesondere in Kurorten, können fachlich begleitet und indikationsgerecht angeboten und vermarktet werden. Er ist ein Entwicklungsmarkt – kein Verdrängungsmarkt.
- Der 2. Gesundheitsmarkt ist noch nicht ausreichend entwickelt, da er noch ein junger Wirtschaftszweig ist. Er ist zum Teil saisonabhängig und bietet regional unterschiedliche Angebote.
- Gesundheitsangebote müssen hochwertige Leistungen beinhalten, die für den Gesundheit Suchenden ihren Preis wert sind, da Zuschüsse von Sozialversicherungsträgern immer weniger zu erwarten sind. Hier besteht das gesellschaftliche Problem, wer kann sich Gesundheit leisten!

Der Gesundheitstourismus ist ein wachsender Wirtschaftsfaktor und bildet den 2. Gesundheitsmarkt, weil

- immer mehr Menschen an so genannten Zivilisationskrankheiten leiden (Bewegungsarmut, falsche Ernährung, psychische Reizüberflutung),
- die Menschen immer älter werden, aber fit und gesund älter werden möchten,
- die Sozialversicherungsträger im Verhältnis zu anderen zu finanzierenden Bereichen immer weniger Kosten für Gesundheitsvorsorge / Prävention ausgeben,
- Gesundheitsdienstleistung in hoher Qualität nicht exportiert werden kann, sondern
- durch qualifizierte Arbeit im eigenen Land Arbeitsplätze schafft und langfristig sichert.

Der Gesundheitstourismus muss sich durch klare Abgrenzungen zum 1. Gesundheitsmarkt und zum allgemeinen Urlaub sowie durch hohe Qualitätsansprüche und Zertifizierungen stärker in die Wahrnehmung der Bevölkerung und der Politik einbringen. Es gibt eine starke Lobby für Krankenhäuser, die Arzneimittelindustrie sowie die medizinische Geräteindustrie, aber kaum für Kurorte, obwohl sie die besten und allseitigsten Voraussetzungen für Gesundheitstourismus und Prävention bieten. Die Sozialversicherungsträger bezahlen Reparaturen am Menschen und überteuerte Arzneimittel aber bauen Prävention ab. Die absolut rückläufigen Zahlen bei ambulanten Präventionsmaßnahmen (früher ambulante Kuren) belegen das. Deshalb sollten Leistungen des 2. Gesundheitsmarktes für Sozialversicherungsträger (Gesundheitsurlaub/Prävention) an feste Qualitätskriterien gebunden und die Bevölkerung an den Kosten beteiligt werden.

Es müssen für den Bürger konkret fassbare Anreize geschaffen werden, damit er Leistungen annimmt, die helfen, seinen Lebensstil zu ändern und für ihn selbst nachhaltige positive Wirkungen auf seinen Gesundheitszustand bringen.

Die finanzielle Unterstützung von zielgerichteten qualitätsgesicherten Angeboten auf dem 2. Gesundheitsmarkt durch die Sozialversicherungsträger ist weiterhin notwendig, um auch den nicht mit hohem Einkommen Begünstigten (Rentner, Arbeitslose, Behinderte, Geringverdienende) die Teilnahme an ambulanten Vorsorgemaßnahmen und Präventionsangeboten zu ermöglichen.

Der private Gesundheitstourismusmarkt ist ein Wachstumsmarkt auch ohne Bezuschussung und gewinnt ständig an wirtschaftlicher Bedeutung.

Beide Arten des Gesundheitstourismus, sowohl der absolut private als auch der durch Sozialversicherungsträger bezuschusste, hat eine hohe gesundheitspolitische Wirkung und bringt später bedeutende finanzielle Einsparungen auf dem 1. Gesundheitsmarkt.

Außerdem wirkt sich der Gesundheitstourismus durch eine meist längere Aufenthaltsdauer positiv auf die wirtschaftliche Entwicklung der Orte bzw. Regionen aus, die meist weitab von Großstädten und Industriegebieten liegen und nur eine geringe Wirtschaftskraft aufweisen können.

Bernd Geisler