

Pressemitteilung

11. Januar 2024

Gästedaten in den Heilbädern und Kurorten fast auf Vor-Pandemieniveau von 2019

- **Umfrage des Heilbäderverbandes unter Mitgliedsbetrieben im Land bestätigt: 42 % investieren 2024 in ihre Infrastruktur**
- **Gästedaten verändert sich: mehr Jüngere, weniger Gruppenreisen**
- **Klinik-Auslastung noch hinter 2019 – Wohnmobilstell- und Campingplätze im Plus**

STUTTGART. Die Heilbäder und Kurorte in Baden-Württemberg gehen vorsichtig optimistisch ins neue Jahr. „Wir haben zwar das Vor-Pandemieniveau von 2019 noch nicht erreicht, bewegen uns aber dank neuen Angeboten wieder in diese Richtung“, betont der Präsident des Heilbäderverbandes von Baden-Württemberg, Fritz Link anlässlich der Messe CMT 2024. Während sich der Tourismus allgemein im Land wieder gut erholt habe, würden vor allem die Kliniken noch unter ausbleibenden Gästedaten leiden. Rund ein Viertel weniger ausländische Gäste schlagen zudem negativ zu Buche. Erfreulich für den Verband: „Unsere Gästedaten verjüngt sich und die Menschen suchen mehr Angebote in der Natur und Erholung. Hier haben wir passgenaue Angebote“, so Fritz Link.

Das Jahr 2019 zählte bislang zu den stärksten Jahren im baden-württembergischen Tourismus. Auch die Heilbäder und Kurorte konnten in diesem Jahr vor Ausbruch der Pandemie gute Zahlen vermelden. „Da wir uns die Jahre zuvor, bedingt durch verschiedene Gesundheitsreformen, permanent umstellen und anpassen mussten, waren die Gästedaten vor allem im Markt der selbstzahlenden Gäste vor der Pandemie für die Einrichtungen der Heilbäder und Kurorte ein Segen“, blickt der Heilbäderverbandspräsident zurück.

Eine aktuelle Umfrage unter den Mitgliedsbetrieben vom vergangenen Dezember gibt nun ein neues Bild. Die Hälfte der Befragten bestätigt zwar, dass ihre Gästedaten der von 2019 entsprechen und die Corona-Jahre im Wesentlichen keine Veränderungen ergeben hätten. Doch 29 % wollen dieser Meinung nicht folgen und nehmen sehr wohl Veränderungen wahr. „Positiv wird hier eine Verjüngung der Gäste genannt, negativ fallen Rückgänge bei Gruppenreisen und im Geschäftsreisesegment auf“, sagt Fritz Link und ergänzt: „Vor allem die Kliniken und unsere Pauschalangebote konnten das vorpandemische Auslastungsniveau vielerorts noch nicht erreichen. Eher positive Entwicklungen verzeichnen hingegen Wohnmobilstell- und Campingplätze, Hotels und naturnahe Aktivitäten.“ Diese würden stärker nachgefragt werden, als es vor der Pandemie der Fall war.

Diese Entwicklung kommt nicht von ungefähr. Schon während der Pandemie war zu beobachten, dass naturnahe und individuelle Freizeit- und Reiseangebote in der Publikums-

gunst steigen. „Pandemiebedingt war diese Entwicklung nachvollziehbar. Und darauf haben unsere Einrichtungen schnell reagiert und neue touristische Angebote in den Heilbädern und Kurorten entwickelt“, erläutert der Präsident. Vor allem Natur- und Outdoorangebote wie Genusserlebnisse im Freien, Ausbau der Wegenetzinfrastruktur, Waldbaden oder Yoga in der Natur, Outdoorübernachtungsmöglichkeiten, Naturführungen, spezielle Angebote für Familien und Wohnmobilisten sowie Achtsamkeitsangebote für die Work-Life-Balance seien in vielen Orten neu ins Portfolio aufgenommen worden. „Das hat sich ausgezahlt und sorgt für eine Verjüngung der Gästestruktur.“

Die Stimmung in der Branche bezeichnet Fritz Link als „vorsichtig optimistisch“. Ein Drittel der Befragten könne für 2024 von einem Buchungsplus gegenüber dem Vorjahr sprechen; 63 % bewegten sich auf Vorjahresniveau, vier Prozent allerdings darunter. Auf einer Skala von 0=positiv bis 10=negativ bewerten die Heilbäder und Kurorte ihre wirtschaftlichen Aussichten in diesem Jahr mit durchschnittlich 3,6. Link nennt Gründe für diese positive Einschätzung: Er macht dafür eine steigende Sensibilität für Gesundheit, die vermehrte Suche nach Kurzauszeiten, das steigende Interesse an Wohlfühlen und Erholung sowie am Urlaub im Inland verantwortlich. „Negative Einflussfaktoren bleiben Preissensibilität und Inflation, der Personal- und Fachkräftemangel sowie daraus resultierende Schließungen von Gastronomie- und Beherbergungsbetrieben in den Heilbädern und Kurorten“, so der Präsident.

Dem könne nur durch eine weitere Steigerung der Attraktivität der Heilbäder und Kurorte und durch passgenaue Angebote für die verschiedenen Zielgruppen entgegengewirkt werden. „Deshalb freue ich mich über die klare Aussage von 42 % unserer Mitglieder, die in diesem Jahr in ihre touristische Infrastruktur investieren werden.“ Hierzu zählten Sanierungen in Gebäude und Technik oder die Installation von PV-Anlagen ebenso wie die Erneuerung der Beschilderung oder die Ausweisung neuer Wanderwege. „In unseren Einrichtungen sind bereits viele touristische Trends umgesetzt worden oder werden es noch in diesem Jahr. Dazu zählen beispielsweise neue Themenwanderwege, modernisierte Spa- und Wellnessanlagen, neue Angebote wie Self-Care-Wochen oder Angebote zur Stressresilienz, mit denen wir gezielt auch Firmen für gesundheits- und erholungsorientierte Ausgleichsangebote ansprechen.“ Aber auch die Optimierung der Servicequalität, die Verbesserung der Nachhaltigkeitsbilanz sowie digitale Erweiterungen durch Online-Buchbarkeit oder Stadtführungen mit Virtual Reality-Elementen konnte Fritz Link im Katalog der trendorientierten Maßnahmen in den Heilbädern und Kurorten als positive Beispiele nennen.



Bildtext:

Die Heilbäder und Kurorte des Landes sind zwar bei ihren Gästezahlen noch nicht auf Vorpandemieniveau, dafür entscheiden sich mehr jüngere Menschen für deren neue Natur-, Outdoor und Genussangebote.

Foto: Michael Ruder/HKM GmbH



Die Heilbäder und Kurorte Baden-Württembergs sind mit über 12,7 Mio. Übernachtungen im Jahr 2019 ein starker Wirtschaftsfaktor. Sie erwirtschafteten bis 2019 jährlich einen Bruttoumsatz von rund 3,5 Milliarden Euro. Für die zum Erhebungszeitpunkt höherprädikatisierten Heilbäder und Kurorte im Land ergab sich ein theoretisches Beschäftigungsäquivalent von rund 58.980 Personen, die durch den Tourismus ein durchschnittliches Primäreinkommen von 30.525 Euro pro Kopf bezogen. Im Jahr 2020 lag die Übernachtungszahl bei 8,6 Mio. Übernachtungen und damit um 32,3 % niedriger als im Jahr 2019. Bei den Ankünften war im ersten Pandemiejahr ein Rückgang um 43,4 % auf 1,8 Mio. zu verzeichnen. Eine Erholung von den Folgen der Krisen tritt nur langsam ein. So liegen die touristischen Zahlen im Oktober 2023 noch 7% (Ankünfte) bzw. 5% (Übernachtungen) unter dem vorpandemischen Aufkommen. Insbesondere bei den ausländischen Quellmärkten sind dabei noch Verluste im Vergleich zum Spitzenjahr 2019 erkennbar

Kontakt:

Heilbäder und Kurorte Marketing GmbH Baden-Württemberg
Esslinger Str. 8, 70182 Stuttgart
GF Arne Mellert
Tel.: 0711 / 89 24 80 03, E-Mail: arnemellert@heilbaeder-bw.de