

## **Mitteilung**

### **der Landesregierung**

#### **Bericht der Landesregierung zu einem Beschluss des Landtags; hier: Beratende Äußerung des Rechnungshofs „BKV – Bäder- und Kurverwaltung Baden-Württemberg und ihre Betei- ligungen an Bäder- und Kurunternehmen“**

##### Landtagsbeschluss

Der Landtag hat am 3. April 2008 folgenden Beschluss gefasst (Drucksache 14/2449, Abschnitt II):

Die Landesregierung zu ersuchen,

1. darzulegen,

- a) welche strategischen Ziele sie mit dem Betrieb von Staatsbädern verfolgt,
- b) welche gesamtwirtschaftlichen Effekte in den jeweiligen Regionen durch den Betrieb der Staatsbäder erreicht werden,
- c) in welchen Bereichen bei den Staatsbädern – auch vor dem Hintergrund des demografischen Wandels und der Veränderungen im Gesundheitswesen – innovative Konzepte entwickelt und umgesetzt worden sind bzw. umgesetzt werden sollen,
- d) welche Maßnahmen sie darüber hinaus für erforderlich hält, um einen Strukturwandel im Bereich der Staatsbäder zu fördern;

2. a) unter Beachtung der betrieblichen Erfordernisse darauf hinzuwirken, dass der Jahresfehlbetrag bei der Staatsbad Wildbad Bäder- und Kurbetriebsgesellschaft mbH, der Kurverwaltung Bad Mergentheim GmbH und der Badenweiler Thermen und Touristik GmbH nach Möglichkeit verringert wird,

b) unter Berücksichtigung gesellschaftsrechtlicher Verpflichtungen darauf hinzuwirken, dass sich die Kurverwaltung Bad Mergentheim GmbH von ihrer Beteiligung an der Erholungs- und Freizeitpark Bad Mergentheim GmbH trennt;

3. dem Landtag über das Veranlasste bis zum 30. Juni 2009<sup>\*)</sup> zu berichten.

<sup>\*)</sup> Der hierzu mit Schreiben des Staatsministeriums vom 25. Juni 2009 begehrten Fristverlängerung bis einschließlich 31. März 2010 wurde zugestimmt.

## Bericht

Mit Schreiben vom 31. März 2010 Nr. I 0451.3 berichtet das Staatsministerium wie folgt:

Bevor auf die Fragen des Landtagsbeschlusses im Einzelnen eingegangen wird, wird vorab auf Folgendes hingewiesen:

– Die BKV-Bäder- und Kurverwaltung Baden-Württemberg ist unmittelbare Gesellschafterin der Badenweiler Thermen und Touristik GmbH, der Kurverwaltung Bad Mergentheim GmbH und der Staatsbad Wildbad – Bäder und Kurbetriebsgesellschaft mbH. Die BKV-Bäder- und Kurverwaltung Baden-Württemberg steht in der alleinigen Trägerschaft des Landes und ist an den Staatsbädern wie folgt beteiligt:

- Badenweiler Thermen und Touristik GmbH

Der Anteil der BKV beträgt 25,10 %. Weitere Gesellschafter sind die Gemeinde Badenweiler mit 25,1 %, der Verein „Pro Badenweiler e. V.“ mit 25,1 %, die Sparkasse Markgräflerland mit 12,35 % und die Volksbank Müllheim e. G. mit 12,35 %.

- Kurverwaltung Bad Mergentheim GmbH

Der Anteil der BKV beträgt 33,33 %. Neben der BKV sind noch der Landkreis Main-Tauber-Kreis und die Stadt Bad Mergentheim mit jeweils 33,33 % beteiligt.

- Staatsbad Wildbad – Bäder und Kurbetriebsgesellschaft mbH

Der Anteil der BKV am Staatsbad Wildbad beträgt 100 %.

– Zu der Situation in Baden-Baden wird nur in den Antworten zu II. Ziffer 1 a) und b) Stellung genommen. In den übrigen Fragestellungen wird Baden-Baden nicht behandelt. Dies hängt damit zusammen, dass in Baden-Baden – anders als in Badenweiler, Bad Mergentheim und Bad Wildbad – die Aufgaben der BKV-Bäder- und Kurverwaltung Baden-Württemberg, an der das Land und die Stadt Baden-Baden bis Ende 1994 jeweils hälftig beteiligt waren, zum 1. Januar 1995 auf die Stadt Baden-Baden übertragen wurden und das Land sich verpflichtet hat, an die Stadt Baden-Baden Ausgleichszahlungen zu leisten. Die Tätigkeit der BKV-Bäder- und Kurverwaltung Baden-Württemberg, die heute vom Land alleine getragen wird, beschränkt sich heute auf die Verwaltung der im Eigentum des Landes verbliebenen Immobilien sowie auf die Verwaltung der Beteiligungen an den Staatsbädern Badenweiler, Bad Mergentheim und Bad Wildbad. Auf die touristischen Angelegenheiten in Baden-Baden hat das Land – auch nicht über die BKV – keinen Einfluss. Damit ist eine Tourismusstudie für Baden-Baden entbehrlich.

Dies vorausgeschickt, nimmt die Landesregierung zu dem Beschluss des Landtags vom 3. April 2008 wie folgt Stellung:

Zu II. Ziffer 1 a) und b):

a) *Welche strategischen Ziele verfolgt die Landesregierung mit dem Betrieb von Staatsbädern?*

b) *Welche gesamtwirtschaftlichen Effekte werden in den jeweiligen Regionen durch den Betrieb der Staatsbäder erreicht?*

Die Landesregierung verfolgt mit dem Betrieb der Staatsbäder und den damit verbundenen Zuschüssen insbesondere das Ziel, in strukturschwachen Regionen Strukturförderung zu betreiben, um Arbeitsplätze zu schaffen und zu er-

halten. Daneben geht es auch um die Erhaltung historisch wertvoller Bausubstanz, die dem Land aufgrund der geschichtlichen Entwicklung zugewachsen ist.

Ohne die Staatsbäder mit ihrer umfangreichen und herausragenden Infrastruktur (z. B.: Thermen, Kurpark, Kurhaus usw.) würden in den Kommunen signifikante Einrichtungen fehlen, die für den Tourismus und das Stadtbild prägend sind. Diese Infrastruktureinrichtungen verleihen den Kommunen eine hervorgehobene Marktstellung und beeinflussen damit maßgeblich die sich aus dem Tourismus ergebenden wirtschaftlichen Effekte für die jeweilige Region in ganz erheblichem Umfang.

Wirtschaftliche Effekte ergeben sich aber auch aus den Infrastruktureinrichtungen selbst. Bei diesen Infrastruktureinrichtungen handelt es sich grundsätzlich um umfangreiche und im Eigentum des Landes stehende historische Bausubstanz. Diese Bausubstanz muss unterhalten werden, was zu zusätzlichen Aufträgen für die Unternehmen führt.

Um die wirtschaftlichen Effekte, die in den Staatsbädern aus dem Tourismus und den Infrastruktureinrichtungen erzielt werden, darlegen zu können, hat das Finanzministerium die in München ansässige dwif consulting GmbH mit einer Untersuchung beauftragt. Das Ergebnis der Untersuchung konnte erst im Februar 2010 vorgelegt werden, weil die aktuellsten Daten zum Ausgabeverhalten erst im Februar 2010 veröffentlicht wurden. Die Berücksichtigung dieser neuesten Daten war für eine verlässliche Beurteilung dringend erforderlich, da die bisher vorliegenden Zahlen aus dem Jahr 1999/2000 die aktuelle Struktur nicht mehr widerspiegeln.

Die von der dwif consulting GmbH vorgelegte Untersuchung hat das Ziel, einerseits die gesamtwirtschaftlichen Effekte durch die touristische Nachfrage in den vier Staatsbädern und andererseits die direkten ökonomischen Auswirkungen durch jene Einrichtungen zu untersuchen, die dem Betrieb der Staatsbäder angeschlossen sind (z. B.: Thermen, Kurpark, Kurhaus).

In der Untersuchung wird der Begriff „Staatsbäder“ aus Gründen der Übersichtlichkeit als Sammelbegriff für Baden-Baden, Badenweiler, Bad Mergentheim und Bad Wildbad verwendet.

#### *Durch den Tourismus erzielte ökonomische Effekte in den Staatsbädern Baden-Württembergs*

Bei der Berechnung des ökonomischen Stellenwerts des Tourismus in den Staatsbädern wurde folgender Weg beschritten: In einem ersten Schritt werden anhand der Aufenthaltstage und der Tagesausgaben die Bruttoumsätze (incl. Umsatzsteuer) sowie die Nettoumsätze (ohne Umsatzsteuer) ermittelt. In einem weiteren Schritt werden dann die Einkommenswirkungen auf der 1. Umsatzstufe und der 2. Umsatzstufe berechnet, also das direkte Einkommen (1. Umsatzstufe) und das indirekte Einkommen (2. Umsatzstufe). Die Summe aus direktem und indirektem Einkommen ergibt dann das aus dem Tourismus generierte Gesamteinkommen. Für alle vier Staatsbäder in Baden-Württemberg ergeben sich folgende wirtschaftlichen Effekte:

Quelle: dwif 2009

	<b>Summe</b>
• Übernachtungen	2.188.000
• Verwandten- und Bekanntenbesucherverkehr	535.000
• Tagesreisen	9.400.000
• Aufenthaltstage insgesamt	12.123.000
• Bruttoumsatz in €	605.500.000
<i>davon im Gastgewerbe</i>	<i>272.400.000</i>
<i>davon im Einzelhandel</i>	<i>177.500.000</i>
<i>davon im Dienstleistungsbereich</i>	<i>155.600.000</i>
• Nettoumsatz in Euro	539.100.000
• Direktes Einkommen (1. Umsatzstufe) in Euro	196.900.000
• Indirektes Einkommen (2. Umsatzstufe) in Euro	102.700.000
• Einkommen insgesamt (1. und 2. Umsatzstufe) in Euro	299.600.000
• Touristisch bedingtes Einkommen pro Kopf und Jahr in Euro	3.268,00
• Beschäftigungsäquivalent (Einkommen insgesamt in Höhe von 299,6 Mio. € ./ . durchschnittliches Primär- einkommen pro Kopf in Höhe von 25.541 €)	11.730
• Steuerzuflüsse der Kommunen aus Gewerbesteuer und Grundsteuer in Euro	13.600.000
• Steuerzuflüsse für Land und Kommunen aus Umsatz- steuer und Steuern vom Einkommen in Euro	14.560.000

In der *Anlage* sind die wirtschaftlichen Effekte für Baden-Baden, Badenweiler, Bad Mergentheim und Bad Wildbad dargestellt.

Die dargestellten wirtschaftlichen Effekte zeigen, dass die in die Staatsbäder fließenden Zuschüsse des Landes einen ganz entscheidenden Beitrag zur Sicherung von Arbeitsplätzen in der Region darstellen und damit als Strukturförderung im engeren Sinne anzusehen sind. Im Jahr 2009 hat das Land über die BKV an die BTT einen Zuschuss in Höhe von 769,7 T€, an die Kurverwaltung Bad Mergentheim einen Zuschuss in Höhe von 1.176,0 T€ und an das Staatsbad Bad Wildbad einen Zuschuss in Höhe von 2.046,0 T€ geleistet. Aufgrund der Rahmenvereinbarung zwischen dem Land und der Stadt Baden-Baden hat das Land im Jahr 2009 Ausgleichszahlungen in Höhe von rd. 9,2 Mio. € an die Stadt Baden-Baden geleistet.

Insgesamt ist in den Staatsbädern von jährlich ca. 2,2 Mio. Übernachtungen gegen Entgelt auszugehen. Eine Differenzierung nach der Unterkunftsart verdeutlicht die spezifischen Schwerpunkte: In Hotels und Hotel garnis wurden im Jahr 2008 rund 850.000 Übernachtungen registriert. Rund 900.000 Übernachtungen waren in Vorsorge- und Rehabilitationszentren zu verzeichnen. Hinzu kommen gut 250.000 Übernachtungen in weiteren Beherbergungsstätten (Gasthöfe, Pensionen, Jugendherbergen/Hütten, Erholungs-/Ferien-/Schulungszentren, Ferienwohnungen/-zentren). Des Weiteren ist in Privatquartieren (Kleinbeherbergungsbetriebe mit weniger als neun Betten) und auf Campingplätzen (Touristik- und Dauercamping) von rund 80.000 bzw. 120.000 Übernachtungen auszugehen.

Daneben wurde in der Untersuchung auch der Besucherverkehr bei den Einheimischen analysiert. Insgesamt ergeben sich bei dieser Nachfragegruppe in den vier Staatsbädern etwa 535.800 Übernachtungen pro Jahr. Dies entspricht einem Wert von 11,2 Übernachtungen pro Haushalt und Jahr.

Als weiteres (wichtiges) touristisches Marktsegment wurde auch der Tages-tourismus in die Betrachtung einbezogen. Die Einzelauswertung der Grundlagenstudie „Tagesreisen der Deutschen“ hat ein Volumen von insgesamt

9,4 Mio. Aufenthaltstagen durch Tagestouristen in den Staatsbädern Baden-Württembergs ergeben. Damit ist der Tagestourismus das mit Abstand quantitativ größte touristische Marktsegment für die Staatsbäder. Der Tagestourismus muss also gerade unter ökonomischen Gesichtspunkten als wichtiges Teilsegment bei den Analysen zur Bedeutung des Tourismus als Wirtschaftsfaktor angesehen werden.

Mit insgesamt 12,1 Mio. Aufenthaltstagen pro Jahr<sup>1</sup> wird das große Nachfragevolumen im Tourismus in den Staatsbädern deutlich. Statistisch gesehen empfangen diese somit gut 33.000 Besucher pro Tag.

Im Durchschnitt werden von den Gästen in den Staatsbädern pro Kopf und Tag rund 49,95 € ausgegeben. Bei insgesamt 12,1 Mio. Aufenthaltstagen lässt sich in den Staatsbädern ein jährlicher Bruttoumsatz von insgesamt rund 605,5 Mio. € ermitteln. Davon entfallen auf die einzelnen Wirtschaftszweige folgende Umsätze: Bedeutendster Profiteur mit einem Anteil von rund 45 % ist das Gastgewerbe. Davon entfällt auf die reine Unterkunft 23 % und auf die Gastronomie 22 %. 29,3 % der touristischen Umsätze werden durch die Ausgaben im Einzelhandel generiert, was die besondere Bedeutung des Tourismus für diesen Wirtschaftszweig untermauert. Der Umsatzanteil der Dienstleistungen (wie z. B. Freizeit und Unterhaltung, Kuranwendungen aber auch Parkgebühren etc.) und des lokalen Transports liegt bei 25,7 %. Der Nettoumsatz (ohne Umsatzsteuer) beträgt 539,1 Mio. €.

Die Wertschöpfungsquote auf der ersten Umsatzstufe beträgt rd. 37 % des Nettoumsatzes. Damit ergibt sich ein direktes Einkommen (Löhne, Gehälter und Gewinne) aus der Tourismuswirtschaft in Höhe von 196,9 Mio. €.<sup>2</sup> Nach Abzug dieser direkten Einkommenseffekte vom Nettoumsatz verbleibt ein Restbetrag in Höhe von 342,2 Mio. €, der von den direkten Profitoren für die Lieferung von Vorleistungen bzw. für die Inanspruchnahme von Dienstleistungen wieder ausgegeben wird.

Im Rahmen der 2. Umsatzstufe ist von einer Wertschöpfungsquote von etwa 30 % auszugehen. Dies bedeutet, dass 102,7 Mio. € an Löhnen, Gehältern und Gewinnen bei den Vorleistungslieferanten anfallen.<sup>3</sup> Damit werden auf der 1. und 2. Umsatzstufe knapp 300 Mio. Euro einkommenswirksam. Gemessen an einem durchschnittlichen Primäreinkommen pro Kopf in Höhe von 25.541 € kann ein Äquivalent von rund 11.730 Personen den Lebensunterhalt durch den Tourismus bestreiten.

Der touristische Beitrag zum kommunalen Steueraufkommen in den Staatsbädern beläuft sich auf eine Größenordnung von rund 13,6 Mio. Euro. Darin enthalten sind die anteilige Gewerbe- und Grundsteuer der touristisch relevanten Betriebe. Berücksichtigt man auch die anteilig auf das Land und die Kommunen entfallenden Teile der Gemeinschaftssteuern (Umsatzsteuer und Steuern vom Einkommen), so kommen weitere rund 14,56 Mio. Euro an Steuereinnahmen für das Land und die Kommunen hinzu.

<sup>1</sup> Summe aus den Übernachtungen gegen Entgelt (2,2 Mio.), dem Besucherverkehr bei den Einheimischen (535.800) und dem Tagestourismus (9.400.000).

<sup>2</sup> Dieses direkte Einkommen resultiert aus den Ausgaben der Besucher in den Staatsbädern und wird u. a. durch die Bezahlung der Hotelrechnung oder der Verköstigung, durch Lebensmitteleinkäufe, durch den Erwerb regionalspezifischer Produkte oder sonstiger Waren, den Kauf von Eintrittskarten für Veranstaltungen, durch den Erwerb von Fahrscheinen für den öffentlichen Personennahverkehr und Taxifahrten sowie durch die Nutzung spezieller Dienstleistungsangebote bewirkt.

<sup>3</sup> Zulieferungen für die Hotels (z. B. Metzger, Bäcker, Stromlieferung, Steuerberater); Investitionen für den Bau und zur Substanzerhaltung; Bereitstellung weiterer Dienstleistungen (z. B. Kreditwesen, Versicherungen).

*Ökonomische Effekte durch die Infrastruktureinrichtungen der Staatsbäder Baden-Württembergs*

Durch die Aktivitäten der betrachteten staatlichen Einrichtungen (z. B. Thermen, Kurmittelhäuser, Kurverwaltungen usw.) in den vier Staatsbädern entstanden im Jahr 2008 insgesamt direkte und indirekte Umsätze in Höhe von 52,08 Mio. €, die in Höhe von 26,50 Mio. € auf direkte Umsätze und in Höhe von 25,60 Mio. € auf indirekte Umsätze (Vorleistungen) entfallen.

Unter anderem bedingt durch die umfangreichen Bau- und Sanierungsmaßnahmen durch die Kurverwaltung Bad Mergentheim entfallen im Jahr 2008 rund ein Drittel der Vorleistungen auf die Baubranche. Daneben profitierten vor allem Unternehmen aus den Bereichen Dienstleistung (ca. 22 %), Energieversorgung (ca. 19 % der Gesamtvorleistungen), und Handel (ca. 11 %).

Die regionalen Vorleistungsverflechtungen wirken sich unterschiedlich stark auf die Regionen aus. Der Anteil der von den Umsätzen aus Vorleistungen profitierenden Unternehmen innerhalb der jeweiligen Stadt reicht von 11,9 % bis hin zu 57,2 %. Im Durchschnitt aller betrachteten Einrichtungen werden 37,2 % der Vorleistungen durch vor Ort ansässige Unternehmen erbracht. Auf Baden-Württemberg entfallen durchschnittlich 68,4 % und auf die restlichen Bundesländer 28,2 % der Vorleistungen. Direktimporte aus dem Ausland spielen mit 3,4 % nahezu keine Rolle.

Zu II. Ziffer 1 c):

*In welchen Bereichen bei den Staatsbädern – auch vor dem Hintergrund des demografischen Wandels und der Veränderungen im Gesundheitswesen – innovative Konzepte entwickelt und umgesetzt worden sind bzw. umgesetzt werden sollen?*

Wie in fast allen deutschen Heilbädern arbeiten auch die für den Betrieb der Bäder- und Kureinrichtungen in Bad Wildbad, Badenweiler und Bad Mergentheim verantwortlichen Gesellschaften mit Verlust. Die Gesellschaften sind aber schon seit vielen Jahren bemüht, durch innovative Konzepte einen Strukturwandel im jeweiligen Kurort zu erreichen. Es wird verstärkt versucht, den selbstzahlenden Übernachtungsgast oder Passanten zu gewinnen, um so von der früher ausgeprägten Abhängigkeit von den Kostenträgern wegzukommen. Außerdem wurde auch erfolgreich daran gearbeitet, durch organisatorische Maßnahmen, durch verbesserte Arbeitsabläufe und durch Maßnahmen zur Reduzierung des Energieverbrauchs den entstehenden Jahresfehlbetrag einzugrenzen.

Aber auch das Land hat viel unternommen, um die Bäder- und Kureinrichtungen instand zu setzen. Damit hat das Land einen wesentlichen Beitrag zur Attraktivität der Bäder- und Kurorte geleistet.

Badenweiler:

Bereits zu Beginn der 90er-Jahre wurde in Badenweiler im Zusammenhang mit den Überlegungen für die anstehende Sanierung und Modernisierung der Bäder- und Kurmitteleinrichtungen ein Strukturwandel eingeleitet. Die bis dahin vor allem auf den klassischen Kurgast ausgerichteten Angebote wurden nun zunehmend auf den selbstzahlenden Urlaubs- und Erholungsgast sowie auf Thermenbesucher aus der Region ausgerichtet.

Bei der Planung und Umsetzung der Bäder- und Kurmitteleinrichtungen wurde dies konsequent umgesetzt. Auch bei allen späteren baulichen Maßnahmen im Bäder- und Kurmittelbereich wurde diese Strategie beibehalten.

Die Marketingbemühungen der Gesellschaft und der Gemeinde Badenweiler konzentrieren sich seither verstärkt auf touristische Besucher und nicht mehr

primär auf Gäste, bei denen eine starke Abhängigkeit von der Gesetzgebung im Gesundheitswesen besteht.

In den letzten Jahren wurden attraktive Pauschalarrangements speziell für eine ältere Zielgruppe geschaffen. Mit Veranstaltungsangeboten wie z. B. Literaturforum, Wanderwochen für Senioren wird dieser Markt verstärkt beworben. Durch Einbindung von Multiplikatoren wie der Schauspielerin Ursula Cantieni (Die Fallers) in das Veranstaltungsprogramm wird ebenfalls erfolgreich versucht, Senioren zu gewinnen. Daneben wird versucht, durch spezielle, sportliche Angebote z. B. für Rennradfahrer und Marathonläufer neue, jüngere Zielgruppen für Badenweiler zu erschließen. Zudem hat sich Badenweiler „Konus“ angeschlossen, was insbesondere bei älteren Gästen sehr beliebt ist.

Auch in der Organisationsstruktur wurden in der Vergangenheit wichtige Weichenstellungen vorgenommen. Um Doppelstrukturen abzuschaffen bzw. künftig zu vermeiden und um eine effiziente und einheitliche Vermarktung aller Angebote Badenweilers zu gewährleisten, erfolgte 1999 die Fusion der gemeindeeigenen Kur- und Tourismus GmbH mit der landeseigenen Bäderbetriebsgesellschaft Badenweiler mbH zu der heutigen Badenweiler Thermen und Touristik GmbH. Neben der Gemeinde Badenweiler sowie der BKV sind in dieser neuen Gesellschaft außerdem die Sparkasse Markgräflerland, die Volksbank Müllheim/Badenweiler und der Verein Pro Badenweiler – ein Verein, in dem Leistungsträger wie Hotellerie, Gastronomie, Ärzte, Therapeuten und Einzelhandel organisiert sind – vertreten.

Darüber hinaus wurden vom Land bzw. der Badenweiler Thermen und Touristik GmbH auch bauliche Maßnahmen umgesetzt, die die Attraktivität Badenweilers erhöht haben:

- Attraktive Überdachung der römischen Badruinen in Badenweiler, der größten und besterhaltenen römischen Badeanlage nördlich der Alpen. Mit dieser Maßnahme wurde es auch möglich, interessierten Besuchern jederzeit Zugang zu den Badruinen zu gewähren, was auf entsprechend großen Zuspruch stößt.
- Bau einer Saunalandschaft, eines Wellnessbereichs und eines Thermenbistros in dem bis dahin ungenutzten ehemaligen Lindebad.
- Verlegung und Neueinrichtung der medizinischen Kurmittel und der Krankengymnastik.
- Einbau eines neuen Kassensystems mit Chip-Coin. Damit besteht die Möglichkeit der nachträglichen Berechnung aller in der Cassiopeia Therme in Anspruch genommenen Leistungen.
- Bau einer attraktiven FKK-Dachterrasse für Gäste des Römisch-Irischen Bades aus Mitteln der Gesellschaft.

Noch im Jahr 2010 soll mit der Sanierung und Modernisierung des Kurhauses in Badenweiler begonnen werden. Neben der Behebung von Gebäudeschäden und energetischen Maßnahmen sollen vor allem auch Räume geschaffen werden, die eine verbesserte Gewinnung von Tagungsgästen ermöglichen.

Bad Mergentheim:

In Bad Mergentheim wurden in den letzten Jahren zahlreiche Maßnahmen eingeleitet und umgesetzt, um mit einem attraktiven kurörtlichen Angebot neue Gäste anzusprechen:

- Eröffnung eines selbst betriebenen Cafés im Kurpark (Café Amadeus), das durch ständige Verbesserung der Wirtschaftlichkeit voraussichtlich 2010 einen positiven Kostendeckungsbeitrag liefern wird;
- Attraktivierung des Kurparks durch bauliche Attraktionen (Wasserspiele, künstlicher Bachlauf);
- neu eingeführte Veranstaltungen im Kurpark wie z. B. Bauernmarkt, Wintertage, Weihnachtsmarkt, Messe Lebensart, Nordic Walking Mitsommernacht, hochwertige Skulpturenausstellungen;
- Aufstellung von Infomonitoren mit Veranstaltungshinweisen der Kurverwaltung Bad Mergentheim in Kurhäusern, Sanatorien, Kliniken und Hotels;
- Einführung von Gesundheitsthemen-Veranstaltungen wie z. B. Weltmännertag, Weltdiabetestag, Herzwoche, Gesundheitsmesse, Anti-Aging-Tag;
- Einführung neuer publikumswirksamer Veranstaltungen wie z. B. Festival der Magie, Showtalk, Glenn-Miller-Revival-Band;
- verschiedene Veranstaltungen mit dem SWR, wie z. B. 4 Vergnügen, Pop und Poesie, Legends of Pop;
- Einführung von Jahresthemen „Gesundheit und ...“ (Musik, Literatur, Wasser, Bewegung etc.);
- Hol- und Bringservice für Gäste (Kurverwaltung Bad Mergentheim organisiert Hin- und Rücktransport von Gästen aus dem Raum Nürnberg und NRW).

Die Kurverwaltung Bad Mergentheim hat darüber hinaus für die Zukunft folgende weitere Maßnahmen geplant:

- Entwicklung und Vermarktung von Pauschalangeboten;
- die Kurverwaltung Bad Mergentheim wird mit dem Thema Diabetesprävention bundesweit in der Infomonitor-Werbung von Arztpraxen vertreten sein;
- Revitalisierung des ortsgebundenen Heilmittels durch Verstärkung der Marketingmaßnahmen;
- Weiterentwicklung der Kurverwaltung Bad Mergentheim zum Kompetenzzentrum für ganzheitliche Gesundheit (Körper, Geist und Seele) durch verstärkte Kooperation mit Leistungsanbietern wie Ärzten, Kliniken, Kurhäusern, Kurseelsorge und weiteren Anbietern von Gesundheitsdienstleistungen etc.;
- Zertifizierung „Prävention im Kurort“ zur Gewinnung von Selbstzahlern;
- Zertifizierung Servicequalität („Service Q“);
- Entwicklung von Angeboten zur betrieblichen Gesundheitsvorsorge.

Das Land hat sich gemeinsam mit den beiden anderen Gesellschaftern der Kurverwaltung Bad Mergentheim (Stadt Bad Mergentheim und Landkreis Main-Tauber-Kreis) an der Sanierung und Modernisierung des im Besitz der Kurverwaltung stehenden Parkhotels und des Kurhauses beteiligt. Vor allem der Umbau des Kurhauses schafft die Voraussetzung, dass Kulturveranstaltungen mit moderner Bühnentechnik durchgeführt sowie Tagungen und Kongresse abgehalten werden können.



### Bad Wildbad:

Bereits Mitte der 90er-Jahre wurde in Bad Wildbad ein Strukturwandel eingeleitet, als erkennbar wurde, dass die Gesundheitsreform erhebliche Einbußen für alle Leistungsträger in Bad Wildbad aber auch bundesweit für alle Heilbäder bringen würde. Das Staatsbad Wildbad wie auch die Stadt Bad Wildbad konzentrieren sich seither verstärkt auf touristische Besucher und nicht mehr primär auf Gäste, bei denen man stark abhängig ist von der Gesetzgebung im Gesundheitswesen. Beide Institutionen haben daher auch gezielt Investitionen in eine Infrastruktur getätigt, die vor allem die bis dahin vernachlässigten Zielgruppen wie Kurzurlauber, Wellnessgäste oder Tagesgäste anspricht.

Zeitgleich wurde ein optimaler Anschluss an den öffentlichen Nahverkehr durch den Bau der Stadtbahn geschaffen und mit der Fertigstellung des Umgehungstunnels konnte in Bad Wildbad ein attraktiver, verkehrsberuhigter Innenstadtbereich geschaffen werden.

Seit Inbetriebnahme des Palais Thermal erfolgte ein stetiger Ausbau der Angebotspalette. Hierzu zählen insbesondere: Bau einer orientalischen Sauna, kleine Liegeterrasse mit Sandstrandcharakter, Erweiterung der Wellnessangebote sowie Einbau eines neuen Kassensystems mit Chip-Coin. Damit besteht die Möglichkeit der nachträglichen Berechnung aller in Anspruch genommenen Leistungen. Für das Palais Thermal erfolgt derzeit die Planung für einen attraktiven Außenbereich, der aus Mitteln der Gesellschaft finanziert werden soll. Mit einem solchen Außenbereich wird eine Besuchersteigerung vor allem in den Sommermonaten erwartet.

Mit dem größten Bikepark Europas bietet Bad Wildbad inzwischen auch dem sportlich ambitionierten Gast ein attraktives und einzigartiges Angebot. Der Betreiber des Bikeparkes, die Radsportakademie Bad Wildbad, veranstaltet zahlreiche Radsportveranstaltungen wie z. B. MTB-Wochenendseminare, Trainingsfahrten mit dem Mountain-Bike, Techniks Schulung und Vortragsveranstaltungen zum Thema Radsport.

Seit ca. 5 Jahren stellt das Staatsbad Wildbad nahe dem Ortszentrum Wohnmobilstellplätze zur Verfügung, ein Angebot, was gerade auch von einer gut-situierten, älteren Klientel gerne angenommen wird. Darüber hinaus hat sich Bad Wildbad „Konus“ angeschlossen, was bei älteren Gästen ebenfalls sehr beliebt ist.

Zwischenzeitlich wurde auch eine Vereinbarung zwischen der Stadt Bad Wildbad, dem Staatsbad Wildbad sowie den Gemeinden Höfen und Enzklösterle geschlossen, mit dem Ziel, das Obere Enztal gemeinsam besser zu vermarkten und Doppelstrukturen im Marketingbereich abzubauen. Darüber hinaus wurden folgende Maßnahmen erfolgreich umgesetzt:

- Verkauf des landeseigenen Badhotels an einen Privatunternehmer, der das Gebäude schrittweise saniert und modernisiert.
- Verkauf des landeseigenen Verwaltungsgebäudes der Gesellschaft und Bau des neuen, erweiterten Rheumakrankenhauses an dieser Stelle
- Die in den letzten Jahren zunehmend unbefriedigend ausgelastete landeseigene Kurklinik wurde aufgegeben und beherbergt heute die Lehrerakademie des Landes. Diese bringt inzwischen für Bad Wildbad ca. 20.000 Übernachtungen und trägt somit nicht unerheblich zu einer Belebung des Kurortes bei.
- Übertragung des Kurtheaters und der Trinkhalle auf den Förderverein Kurtheater bzw. den Förderverein Trinkhalle.

Das Land wird in Kürze mit der Sanierung und Modernisierung des Haus des Gastes (ehemaliges König-Karls-Bad) beginnen und leistet damit einen weiteren wichtigen Beitrag zur Attraktivität der Stadt Bad Wildbad.

#### *Fazit*

Das Land sowie die Kommunen Badenweiler und Bad Mergentheim haben in der Vergangenheit viel unternommen und sind auch weiterhin darum bemüht, den Kurbetrieb und den Fremdenverkehr zu beleben und die Arbeit vor Ort möglichst wirtschaftlich zu gestalten. In beiden Heilbädern konnte der Abwärtstrend zumindest gestoppt werden. Es besteht berechtigte Hoffnung, dass sogar eine leicht positive Entwicklung in absehbarer Zeit möglich ist. Die Tourismusstudie von Reppel + Partner für Bad Mergentheim und die Tourismusstudie von Prof. Dr. Hänssler für Badenweiler (vgl. II. Ziffer 1 d) sollen dazu beitragen, den Gesundheitstourismus bzw. den Tourismus in diesen Kommunen weiterzuentwickeln.

In Bad Wildbad konnte allerdings – trotz des Engagements des Landes und den Bemühungen der Stadt – der Abwärtstrend noch nicht gestoppt werden. Hier müssen auf der Grundlage der Tourismusstudie Wege gefunden werden, wie der Tourismus belebt werden kann. Der Gutachter Reppel + Partner weist aber in seiner Studie ausdrücklich darauf hin, dass in Bad Wildbad nur dann ein spürbarer Aufwärtstrend erzielt werden kann, wenn vor allem auch die Leistungsträger vor Ort (z. B.: Hotellerie, Gastronomie, Einzelhandel) einen wesentlichen Beitrag leisten.

Zu II. Ziffer 1 d):

*Welche Maßnahmen die Landesregierung darüber hinaus für erforderlich hält, um einen Strukturwandel im Bereich der Staatsbäder zu fördern?*

Reppel + Partner wurde mit der Erstellung einer Tourismusstudie für das Heilbad Bad Mergentheim und das Heilbad Bad Wildbad beauftragt. Die Aufgabenstellung umfasst bei beiden Heilbädern nicht nur die Kurverwaltung Bad Mergentheim bzw. das Staatsbad Wildbad, sondern auch die Stadt Bad Mergentheim und die Stadt Bad Wildbad. Das Ziel beider Tourismusstudien ist die Verbesserung der Gesamtsituation in Bad Mergentheim und Bad Wildbad. Dabei werden neben einer ausführlichen Situationsanalyse praxisnahe Vorschläge zur Schaffung einer zeitgemäßen und zukunftsfähigen Markt-, Marketing- und Organisationslösung als solide Basis einer nachhaltigen Existenzsicherung entwickelt.

Die Tourismusstudien für das Heilbad Bad Mergentheim und das Heilbad Bad Wildbad gliedern sich jeweils in zwei Teile: „Teil A: Situationsanalyse“ und „Teil B: Konzeption“. Teil A enthält jeweils umfangreiche Daten und Fakten z. B. zu den Themen kurmedizinisches Angebot, Gastgewerbe, Einzelhandel, touristische Infrastruktur, Angebot und Nachfrage, Innenmarketing/Organisation, Marketing, Markt- und Wettbewerbsanalyse, Tourismus als Wirtschaftsfaktor sowie eine Stärken-Schwächen/Chancen-Risiken-Analyse. Die Tourismusstudie für das Heilbad Bad Mergentheim umfasst insgesamt 266 Seiten; die Tourismusstudie für das Heilbad Bad Wildbad 255 Seiten.

Die Tourismusstudie für das Heilbad Bad Mergentheim wurde von der Kurverwaltung Bad Mergentheim und der BKV in Auftrag gegeben; die Kosten der Tourismusstudie werden von der Kurverwaltung Bad Mergentheim und der BKV jeweils hälftig getragen. Auftraggeber der Tourismusstudie für das Heilbad Bad Wildbad sind die BKV und die Stadt Bad Wildbad. Die BKV und die Stadt Bad Wildbad tragen die Kosten für die Tourismusstudie jeweils hälftig.

Für die Badenweiler Thermen und Touristik GmbH wurde keine Tourismusstudie in Auftrag gegeben, da bereits im Jahr 2004 von Prof. Dr. Karl Heinz Hänsler eine Tourismusstudie erstellt wurde. Diese Tourismusstudie wird sukzessive umgesetzt.

Dies vorausgeschickt, wird zu den Tourismusstudien von Reppel + Partner (Bad Mergentheim und Bad Wildbad) und Prof. Dr. Hänsler (Badenweiler) wie folgt Stellung genommen:

#### Bad Mergentheim

In der Tourismusstudie für das Heilbad Bad Mergentheim werden verschiedene strategische Handlungsfelder eingehend untersucht und daraus ein umfangreicher Maßnahmenkatalog entwickelt. Die Untersuchung umfasst folgende strategische Handlungsfelder: Markttrends und -entwicklungen, Trendnutzung für die Zukunftsstrategien in Bad Mergentheim, wichtige Einflussfaktoren auf Kur und Tourismus in Bad Mergentheim, Zukunftsszenarien für Bad Mergentheim, Grundsätze zur Marktbestimmung, Maßnahmen zur Profilbildung, Schlüsselprojekte zur innovativen und zukunftsbezogenen Fortentwicklung, Einzelmaßnahmen zur Angebotsstruktur, Marketingmaßnahmen sowie Innenmarketing und Organisation.

Reppel + Partner empfiehlt, neben dem Klinikstandort konsequent das gesundheitstouristische und touristische Angebot auszubauen („Heilbad mit Vielfalt“). Dies führt aber nur dann zum Erfolg, wenn markt- und verkaufsfähige Selbstzahlerangebote gestaltet und aktiv vermarktet werden. Dazu gehört ein gut funktionierendes Innenmarketing und eine deutliche Außenmarketing-Offensive. Um das Selbstzahlersegment erfolgreich ausbauen zu können, ist es notwendig, dass ein gutes Zusammenspiel zwischen der Stadt Bad Mergentheim und der Kurverwaltung Bad Mergentheim sowie den Leistungsträgern vor Ort erfolgt.

Die Studie macht auch konkrete Vorschläge, welche Themen/Trends für Bad Mergentheim besonders interessant sein könnten, weil Bad Mergentheim in den meisten dieser Themen/Trends bereits heute mehr oder weniger gut aufgestellt ist bzw. Bad Mergentheim zugetraut werden kann, die sich daraus ergebenden Chancen zu nutzen. Chancen werden z. B. in der demografischen Entwicklung gesehen, weil immer mehr gesundheitsaffine Senioren Angebote nachfragen. Weitere Chancen liegen in den Themen der ganzheitlichen Gesundheit – insbesondere auch der seelischen Gesundheit – und im Trend zur Gesundheitsprävention. Mittel- bis längerfristig wird auch die Möglichkeit gesehen, Bad Mergentheim zu einer „vielfältigen Gesundheitsstadt“ mit deutlicher Positionierung als vernetzter Standort der Gesundheitswirtschaft weiterzuentwickeln.

Die Alternative, Bad Mergentheim auf einen „reinen“ Klinikstandort zu reduzieren, wird als nicht weiterführend bewertet. Bad Mergentheim hat als Klinikstandort zwar eine hohe Kompetenz, die gepflegt und erhalten werden muss; ein „reiner“ Klinikstandort hätte aber zur Folge, dass die groß angelegte Infrastruktur (Kurpark, Kurhaus, Wandelhalle etc.) noch weniger genutzt würde als heute und zudem wichtige Leistungsbereiche wegbrechen würden (Hotellerie, Gastronomie, Einzelhandel, Kultur etc.). Dies hängt insbesondere damit zusammen, dass die Patienten in den Kliniken aufgrund ihres gesundheitlichen Zustandes am Kurleben oft nicht teilnehmen können (z. B. Besuch von Kulturveranstaltungen, Teilnahme am Kurkonzert, Spaziergänge durch den Kurpark etc.).

Die Tourismusstudie enthält auch die Empfehlung, alle Möglichkeiten zur Effizienzsteigerung und zur Kostensenkung zu prüfen.

Reppel + Partner hat zur Umsetzung seiner Empfehlungen einen Maßnahmen-Masterplan entwickelt, der insgesamt 61 Maßnahmen enthält. Der Maß-

nahmen-Masterplan umfasst insbesondere folgende Kernbereiche und Schlüsselprojekte: Maßnahmen zur Profilierung, Schlüsselprojekte zur innovativen und zukunftsbezogenen Fortentwicklung, Einzelmaßnahmen zur Angebotsstruktur, Marketingmaßnahmen, Innenmarketing und Organisation sowie Maßnahmen zur Kostensenkung.

#### Bad Wildbad

Die Tourismusstudie bestätigt, dass hinsichtlich der Kur- und Tourismusedwicklung in Bad Wildbad Handlungsbedarf besteht. Bad Wildbad ist heute zwar ein starker Klinikstandort; über 40 % der Übernachtungen werden hier generiert. Der Selbstzahlermarkt spielt aber eine immer geringere Rolle. Diese Entwicklung ist für den gesamten Kurort und insbesondere für seine Leistungsträger (Gastgewerbe, Einzelhandel usw.) äußerst problematisch.

Reppel + Partner hat deshalb – wie in Bad Mergentheim – verschiedene strategische Handlungsfelder eingehend untersucht und daraus einen umfangreichen Maßnahmenkatalog abgeleitet. Die Studie empfiehlt, in Bad Wildbad folgende drei Standbeine ausbauen: Reha/ambulante Heilbehandlung, Gesundheitstourismus und Tourismus. Dabei gilt es, insbesondere die Selbstzahlermärkte zu forcieren, wie z. B. Prävention, Medical Wellness, Angebote „rund ums Älter werden“ sowie Angebote zur Erhaltung der Arbeitsfähigkeit. Aber auch Genießer-Angebote liegen nach der Studie im Trend: Dazu zählen insbesondere gesunde Ernährung, Kulinarik, Kultur und Naturerlebnis. Daneben sollten auch weitere Stärken Bad Wildbads herausgestellt werden, wie z. B. der Sommerberg, der wieder als ein herausragendes touristisches Juwel Bad Wildbads wahrgenommen werden sollte. Die Studie weist aber auch darauf hin, dass diese Ziele nur dann erreicht werden können, wenn insbesondere im Gastgewerbe ein Umdenken erfolgt mit dem Ziel der Qualitätsverbesserung. Mittel- bis längerfristig kann darüber hinaus eine Entwicklung zu einem „Zentrum für Gesundheitswirtschaft im Nordschwarzwald“ anvisiert werden.

Aufgrund der Situationsanalyse und der untersuchten strategischen Handlungsfelder hat Reppel + Partner einen umfangreichen Maßnahmen-Masterplan entwickelt, der insgesamt 74 Maßnahmen enthält. Der Maßnahmen-Masterplan umfasst folgende Kernbereiche und Schlüsselprojekte: Profil und Qualität, Maßnahmen zur kurörtlichen Infrastruktur, Maßnahmen zur touristischen Infrastruktur, Märkte und Produkte, Marketing, Innenmarketing und Organisation.

Darüber hinaus wurde Reppel + Partner auch beauftragt, in der Tourismusstudie einen Vorschlag für eine Neuorganisation des Tourismus in Bad Wildbad zu machen. Derzeit wird die Tourismusarbeit in Bad Wildbad von der Tourismus Bad Wildbad GmbH, an der die Stadt Bad Wildbad mit 100 % beteiligt ist, dem Staatsbad Wildbad und der Stadt Bad Wildbad wahrgenommen.

Reppel + Partner kommt zu dem Ergebnis, dass die derzeitige Organisationsform mit ihren Doppel- und Parallelstrukturen für eine erfolgreiche Vermarktung von Bad Wildbad als touristische Destination nicht weiterführend ist. Die Empfehlung lautet daher, alle wesentlichen Organisationseinheiten – mit Ausnahme des Bäderbetriebs/Gesundheitszentrums – auf die Stadt Bad Wildbad zu übertragen, also in eine Hand zu legen. Damit soll erreicht werden, dass Bad Wildbad als Destination für den Gesundheitstourismus und den Tourismus effektiv und nachhaltig vermarktet werden kann. Die Konzeption von Reppel + Partner sieht Folgendes vor:

- Das Palais Thermal und die Vital Therme mit Gesundheitszentrum werden vom Staatsbad Wildbad weiter betrieben. Die Vital Therme sollte aber mangels Auslastung mittelfristig geschlossen und das Gesundheitszentrum in das Palais Thermal integriert werden.

- Der heutige Bereich „Kurverwaltung“ des Staatsbades Wildbad, der vor allem die Veranstaltungen durchführt (darunter Auftritte des Kurorchesters), den Kurpark pflegt sowie das Kurhaus und das Haus des Gastes betreibt, sollte auf die Stadt Bad Wildbad oder eine städtische Gesellschaft übertragen werden.

Die Landesregierung steht der von Reppel + Partner vorgeschlagenen Konzeption offen gegenüber. Mit dem derzeitigen Bürgermeister der Stadt Bad Wildbad wird auch die Möglichkeit gesehen, für Bad Wildbad eine weiterführende Neuorganisation zu finden. Hinsichtlich der Schließung der Vital Therme besteht Einvernehmen, dass die Schließung lediglich eine Option unter mehreren ist. Sie kommt erst dann in Betracht, wenn alle anderen Optionen nicht tragfähig sind. Insbesondere muss geprüft werden, ob auf der Grundlage der von Reppel + Partner vorgeschlagenen Maßnahmen zur Belebung des Tourismus in Bad Wildbad gegebenenfalls ein zukunftsfähiges Nutzungskonzept für die Vital Therme in Betracht kommt.

Im Rahmen der Gespräche mit der Stadt Bad Wildbad wird u. a. die Frage eine große Rolle spielen, inwieweit das Land für die auf die Stadt Bad Wildbad zu übertragenden Bereiche der Kurverwaltung, die im Wesentlichen defizitär sind, einen Ausgleich an die Stadt Bad Wildbad zahlen müssen. Weitere zentrale Themen werden das Personal und die Immobilien des Landes (z. B. Kurhaus, Haus des Gastes) sein. Für die von Reppel + Partner vorgeschlagene Konzeption sprechen vor allem folgende Gründe:

- Aufgrund der Reformen im Gesundheitswesen ist es notwendig, dass sich Bad Wildbad in den Bereichen Gesundheitstourismus und Tourismus neu aufstellt.
- Die touristische Neuausrichtung kann aber nur von der Stadt und den Leistungsträgern vor Ort (z. B.: Hotellerie, Gastronomie, Einzelhandel) erfolgreich umgesetzt werden. Das Land ist weder unmittelbar noch mittelbar über das Staatsbad Wildbad in der Lage, den Tourismus in Bad Wildbad zu beleben. Es ist auch keine Landesaufgabe, den Tourismus vor Ort mitzugestalten.
- Durch die Beseitigung der Doppelstrukturen kann Bad Wildbad als touristische Destination effektiver als heute vermarktet werden, weil der Gast „aus einer Hand“ betreut wird und damit nur einen Ansprechpartner hat. Aus der Beseitigung der Doppelstrukturen können gegebenenfalls auch Synergieeffekte geschöpft werden.
- Die von Reppel vorgeschlagene Konzeption ist (eingeschränkt) mit der für Baden-Baden gefundenen Lösung (sog. BKV-Reform) vergleichbar. Dort wurden zum 1. Januar 1995 das Theater, die Philharmonie, der Kurpark, das Marketing und der Veranstaltungsbereich von der BKV auf die Stadt Baden-Baden übertragen. Zur Abdeckung der Defizite erhält die Stadt Baden-Baden vom Land Ausgleichszahlungen. Diese Lösung hat sich bewährt.

Der Gemeinderat der Stadt Bad Wildbad hat dem Bürgermeister das Verhandlungsmandat erteilt, zur Umsetzung der Tourismusstudie mit dem Land Gespräche zu führen.

Badenweiler

Ziel der Tourismusstudie für Badenweiler war es, Maßnahmen zur Steigerung der Übernachtungen zu entwickeln und damit eine bessere Auslastung der Beherbergungsbetriebe, der Bäder und der anderen Anbieter zu erreichen.

Schwerpunkt der Ausrichtung auf Zielgruppen ist derzeit das Thema Wellness mit interessanten und attraktiven Angeboten. Mit dieser Positionierung konnten in einer schwierigen Marktsituation Fortschritte erzielt werden und neue Gäste für den Ort gewonnen werden. Wichtig ist, dass Wellness auch als Thema älterer Menschen kommuniziert wird. Zukünftig müssen aber in der Kommunikation wieder weitere Themen angesprochen werden. Hierzu gehören die Marktsegmente Ausruhurlaub, Wandern, Radfahren, Gesundheitsurlaub sowie Kur.

Darüber hinaus empfiehlt der Gutachter, das Thema Golf weiter in den Blick zu nehmen, da Golf bereits jetzt schon Gäste bringt. Zu bestimmten Zeiten und für einzelne Betriebe ist auch der Geschäftsreiseverkehr relevant. Zur Steigerung der Frequenz und der Umsätze, der Bekanntheit Badenweilers und als potenzielle Zielgruppe für Übernachtungen sollte der Tagesausflugverkehr mit entsprechenden Themen ausgebaut werden (z. B.: Therme, römische Badruine, Burg). Notwendig sind weiterhin die saisonalen Maßnahmen. In diesem Bereich erfolgt bereits seit längerer Zeit eine enge Zusammenarbeit mit „Staatliche Schlösser und Gärten Baden-Württemberg“.

Die Tourismusstudie stellt fest, dass von der Altersstruktur her für Badenweiler der Seniorenmarkt der zentrale Markt ist. Er muss aufgrund der Entwicklung des Marktsegments und des Angebotes auch in der Zukunft intensiv bearbeitet werden. Gleichzeitig ist es aber auch notwendig, jüngere Gästegruppen anzusprechen. Hier erscheint die Altersgruppe ab 50 Jahren höchst interessant.

Die Tourismusstudie gibt zudem Hinweise, wie das Marketing verbessert und die Zufriedenheit des Gastes während seines Aufenthalts in Badenweiler gesteigert werden kann. Wesentliche Bedeutung kommt dabei auch den Betrieben zu. Innerhalb der Tourismusstudie wurden 30 Betriebe mit zwei Drittel des Beherbergungsangebotes außerhalb der Kliniken besucht und im Hinblick auf ihre Qualität untersucht und teilweise auch beraten. In vielen Bereichen wurden die Anregungen und Hinweise der Tourismusstudie aufgegriffen und umgesetzt.

Zu II. Ziffer 2 a):

*unter Beachtung der betrieblichen Erfordernisse darauf hinzuwirken, dass der Jahresfehlbetrag bei der Staatsbad Wildbad Bäder- und Kurbetriebsgesellschaft mbH, der Kurverwaltung Bad Mergentheim GmbH und der Badenweiler Thermen- und Touristik GmbH nach Möglichkeit verringert wird,*

Badenweiler

Seit Gründung der fusionierten Gesellschaft im Jahr 1999 leistet das Land zur Verlustabdeckung an die Gesellschaft unverändert eine Zuwendung bis zu maximal 800 T€. Zusammen mit der Zuwendung durch die Gemeinde Badenweiler erhält die Gesellschaft im Regelfall maximal 1.000 T€ zur Verlustabdeckung.

Im Jahr 2000 lag der Verbraucherpreisindex bei 92,7 Punkten. Im Jahr 2009 liegt er bei 107,0 Punkten, was einer Erhöhung um 15,43 % entspricht. Auch die ursprünglich vereinbarte Pacht an den Staatlichen Verpachtungsbetrieb stieg von 205 T€ im Jahr 2000 auf 350 T€ ab 2002. Seit 2007 beträgt die Pacht 500 T€. Gegenüber dem Jahr 2000 hat sich die Pacht somit um + 143,9 % erhöht.

Der Zuschuss des Landes ist somit zwar nominal unverändert geblieben, aber infolge einer fehlenden Dynamisierung erheblich abgeschmolzen. Trotz dieser faktischen Verringerung des Zuschusses ist es durch eine Vielzahl geeigneter

Maßnahmen gelungen, dass der Zuschuss über einen Zeitraum von 10 Jahren unverändert bleiben konnte. Hierzu zählen insbesondere:

- Der verlustträchtige medizinische Kurmittelbereich und die Krankengymnastik wurden privatisiert und werden seit 2000 bzw. seit 2001 von selbstständigen Physiotherapeuten betrieben.
- Das bisher bei der Gesellschaft festangestellte Kurorchester wurde aufgelöst und wird nunmehr über einen Honorarvertrag zu erheblich günstigeren Konditionen für jeweils ein Jahr engagiert.
- Der Pflegeaufwand für den Kur- und Schlosspark wurde reduziert, verbunden mit entsprechendem Personalabbau.
- Im Bereich Energiekosten wurde mit einer Fachfirma ein Contractingvertrag geschlossen, der zu deutlichen Einsparungen vor allem bei den Stromkosten geführt hat. Derzeit lässt die Gesellschaft durch ein Ingenieurbüro weitere Energieeinsparmöglichkeiten prüfen, um damit zu einer Kostensenkung in diesem Bereich zu kommen.
- Zur Verbesserung des Betriebsergebnisses, bzw. zur Vermeidung eines Anstiegs des Jahresfehlbetrags wurden in den zurückliegenden Jahren auch verstärkt vertragliche Möglichkeiten genutzt, um Miet- und Pachtpreise zu erhöhen.
- Außerdem laufen derzeit Gespräche mit einem Privatbetreiber von Freibädern. Ziel ist es, das stark defizitäre Sport- und Freibad eventuell zu verpachten und damit eine Verringerung des hier entstehenden Defizits zu erreichen.
- Seitens der Bauverwaltung des Landes ist eine umfassende Sanierung des Kurhauses geplant, die unter anderem auch die energetische Sanierung des Gebäudes beinhaltet.

#### Bad Mergentheim

Der von den Gesellschaftern der Kurverwaltung Bad Mergentheim zur Finanzierung des laufenden Betriebs geleistete jährliche Zuschuss (1.688 T€) ist seit 1999 unverändert. Der Zuschuss ist somit zwar nominal unverändert geblieben, aber infolge einer fehlenden Dynamisierung erheblich abgeschmolzen. Durch eine Vielzahl geeigneter Maßnahmen konnte aber erreicht werden, dass diese faktische Verringerung des Zuschusses aufgefangen und damit der Zuschuss seit mehreren Jahren unverändert bleiben konnte:

- Für das Kurparkfest wird seit 2004 Eintritt erhoben;
- Flexibilisierung der Arbeitszeit seit 2004 mit der Folge, dass keine Überstunden mehr vergütet werden müssen;
- allein in den letzten 4 Jahren konnte der Personalbestand um 3 Vollzeitstellen von 55,5 auf 52,5 verringert werden;
- Einsparung von Heizkosten durch technische Verbesserungen am Regelsystem, Erhöhung des Wirkungsgrades durch ständige technische Verbesserungen im Heizwerk, Absenkung der Raumtemperatur in nicht genutzten Räumen;
- Reduzierung der Kurparkbepflanzung;

- soweit vertretbar, werden freiwerdende Stellen nicht wiederbesetzt;
- Durchführung von Reparaturen in Eigenleistung statt Fremdvergaben oder Neuanschaffungen, wenn dies die wirtschaftlichere Alternative ist;
- Outsourcing, wenn dies die wirtschaftlichere Alternative ist (z. B. Fremdvergabe der Mineralwasserabfüllung, Verpachtung des ehemals selbst betriebenen Wellnesscenters/jetzt „Vitalzentrum“);
- Zentralisierung des Materialeinkaufs;
- ständige Überprüfung und ggf. Wechsel der Lieferantenverträge (z. B. Gaslieferung, Telekommunikation, Versicherungen);
- Anpassung der Öffnungszeiten an die Nachfrage (z. B. Winterschließung des Café Amadeus).

Derzeit wird geprüft, ob und inwieweit noch weitere Kosten eingespart werden können. Dies betrifft insbesondere den Kurpark, das Kurorchester, das Raumangebot, das Veranstaltungsprogramm sowie das Personal.

#### Bad Wildbad

Seit 1996 beträgt die Zuwendung des Landes zur Verlustabdeckung an die Gesellschaft unverändert 2.046 T€. Im Jahr 1996 lag der Verbraucherpreisindex bei 88,3 Punkten. Im Jahr 2009 liegt er bei 107,0 Punkten, was einer Erhöhung um 21,18 % entspricht.

Auch die ursprünglich vereinbarte Pacht an den Staatlichen Verpachtungsbetrieb stieg von 350 T€ im Jahr 1996 auf 550 T€ ab 2002. Seit 2005 beträgt die Pacht 650 T€. Gegenüber 1996 ist die Pacht somit um 85,7 % gestiegen. Der Zuschuss des Landes ist somit zwar nominal unverändert geblieben, aber infolge einer fehlenden Dynamisierung erheblich abgeschmolzen.

Durch eine Vielzahl geeigneter Maßnahmen konnte erreicht werden, dass diese faktische Verringerung des Zuschusses aufgefangen und damit der Zuschuss über einen Zeitraum von über 14 Jahren unverändert bleiben konnte:

- Eine der wichtigsten Maßnahmen, die zu einer erheblichen Kostensenkung geführt hat, war die Stilllegung des Neuen Eberhardsbades und die Verlegung der inzwischen deutlich reduzierten medizinischen Kurmittel in nicht mehr benötigte Räume in der Vital Therme.
- Im Zusammenhang mit dem Verkauf des bisherigen Verwaltungsgebäudes der Gesellschaft wurde später auch die gesamte Verwaltung in die Vital Therme verlegt.
- Für den Betrieb der medizinischen Kurmittel versuchte die Gesellschaft einen Privatunternehmer zu finden, was allerdings wegen der erheblichen Unsicherheiten im Gesundheitswesen nicht gelang. Eine Aufgabe der Kurmittel war wegen dem Erhalt des Prädikats „Heilbad“ nicht möglich, inzwischen sind jedoch in diesem Bereich fast ausschließlich nur noch Leiharbeitnehmer beschäftigt, sodass auf Nachfrageschwankungen flexibel reagiert werden kann.
- Es wurden außerdem erhebliche Anstrengungen zur Senkung des Energieverbrauchs unternommen.
- Weitere Einsparmöglichkeiten wie Verkleinerung der Pflegeflächen im Kurpark, Reduzierung des Veranstaltungsangebotes, zeitweise Schließung des Kurhauses u. ä. werden geprüft.



Zu II. Ziffer 2 b):

*unter Berücksichtigung gesellschaftsrechtlicher Verpflichtungen darauf hinzuwirken, dass sich die Kurverwaltung Bad Mergentheim GmbH von ihrer Beteiligung an der Erholungs- und Freizeitpark Bad Mergentheim GmbH trennt.*

Gesellschafter der Kurverwaltung Bad Mergentheim sind zu jeweils einem Drittel die Stadt Bad Mergentheim, der Landkreis Main-Tauber-Kreis sowie die BKV. Das Land ist somit über die BKV mittelbar zu einem Drittel an der Kurverwaltung Bad Mergentheim beteiligt. Zur Finanzierung der Jahresfehlbeträge leisten die Gesellschafter jeweils eine jährliche Kapitaleinlage in Höhe von jeweils 256 T€. Darüber hinaus leistet das Land jährlich einen Zuschuss in Höhe von 920 T€, der aus der Spielbankabgabe finanziert wird. Insgesamt werden der Kurverwaltung jährlich 1.668 T€ zugeführt.

Die Kurverwaltung Bad Mergentheim ist an der Erholungs- und Freizeitpark Bad Mergentheim GmbH (kurz: Solymar) mit 50 % beteiligt. Die restlichen 50 % werden von der Stadt Bad Mergentheim gehalten. Das Land ist somit mittelbar zu einem Sechstel am Solymar beteiligt.

Die Jahresfehlbeträge des Solymar werden von der Stadt Bad Mergentheim und der Kurverwaltung Bad Mergentheim jeweils hälftig getragen. Der Anteil der Kurverwaltung Bad Mergentheim wird wie folgt finanziert: Die Kurverwaltung trägt aus eigenen Mitteln jährlich 128 T€; der darüber hinausgehende Jahresfehlbetrag wird vom Land, dem Landkreis Main-Tauber-Kreis und der Stadt Bad Mergentheim zu je einem Drittel getragen.

Um das Solymar zukunftsfähig zu machen, muss das Solymar saniert und modernisiert werden. Die hierfür veranschlagten Kosten betragen rd. 17 Mio. €. Das Land hat der Stadt Bad Mergentheim folgendes einmalige Angebot für eine Beendigung der gesellschaftsrechtlichen Beteiligung der Kurverwaltung Bad Mergentheim am Solymar unterbreitet.

- Das Land, der Landkreis Main-Tauber-Kreis und die Stadt Bad Mergentheim beteiligen sich entsprechend ihren (unmittelbaren bzw. mittelbaren) gesellschaftsrechtlichen Anteilen an den Investitionskosten zur Sanierung und Modernisierung des Solymar, die auf der Grundlage des wettbewerblichen Dialogverfahrens auf 17 Mio. € veranschlagt werden. Damit würde auf das Land ein Finanzierungsbeitrag in Höhe von 2,84 Mio. €, auf den Landkreis Main-Tauber-Kreis ein Finanzierungsbeitrag in Höhe von 2,83 Mio. € und auf die Stadt Bad Mergentheim ein Finanzierungsbeitrag in Höhe von 11,33 Mio. € entfallen.
- Darüber hinaus leistet das Land eine Abfindung in Höhe von 1 Mio. €, die auf den Anteil der Stadt Bad Mergentheim angerechnet wird.
- Aus dem Tourismusinfrastrukturprogramm wird eine Förderung in Höhe von 1,5 Mio. € beantragt. Diese Förderung muss dem Wirtschaftsausschuss des Landtags von Baden-Württemberg vorgelegt werden. Eine Förderung aus dem Tourismusinfrastrukturprogramm soll auf den Anteil der Stadt Bad Mergentheim angerechnet werden.
- Als Gegenleistung für den einmaligen Investitionskostenzuschuss übernimmt die Stadt Bad Mergentheim den Anteil der Kurverwaltung Bad Mergentheim am Solymar.

Anlage

**Tabelle: Wirtschaftliche Effekte in den Staatsbädern in Baden-Württemberg / Quelle: dwif 2009**

	<b>Baden-Baden</b>	<b>Badenweiler</b>	<b>Bad Mergentheim</b>	<b>Bad Wildbad</b>	<b>Summe</b>
Übernachtungen	836.000	454.000	643.000	255.000	2.188.000
Verwandten- und Bekanntenbesucherverkehr	331.000	23.000	120.000	61.000	535.000
Tagesreisen	6.600.000	600.000	1.600.000	600.000	9.400.000
<b>Summe Aufenthaltstage</b>	<b>7.767.000</b>	<b>1.077.000</b>	<b>2.363.000</b>	<b>916.000</b>	<b>12.123.000</b>
Bruttoumsatz in EURO	354.800.000	78.200.000	128.700.000	43.800.000	605.500.000
o <i>davon im Gastgewerbe</i>	153.700.000	40.000.000	58.300.000	20.400.000	272.400.000
o <i>davon im Einzelhandel</i>	130.100.000	13.000.000	24.400.000	10.000.000	177.500.000
o <i>davon im Dienstleistungsbereich</i>	71.000.000	25.200.000	46.000.000	13.400.000	155.600.000
Nettoumsatz in Euro	310.400.000	70.900.000	118.300.000	39.500.000	539.100.000
Direktes Einkommen (1. Umsatzstufe) in Euro	101.400.000	29.400.000	50.600.000	15.500.000	196.900.000
Indirektes Einkommen (2. Umsatzstufe) in Euro	62.700.000	12.500.000	20.300.000	7.200.000	102.700.000
Einkommen insgesamt (1. und 2. Umsatzstufe) in Euro	164.100.000	41.900.000	70.900.000	22.700.000	299.600.000
Touristisch bedingtes Einkommen pro Kopf und Jahr in Euro	3.003	10.621	3.156	2.140	3.268,-
Beschäftigungsäquivalent (Personen)	5.750	1.730	3.300	950	11.730
Steuerzufüsse der Kommunen aus Gewerbesteuer und Grundsteuer in Euro	7.800.000	1.800.000	3.000.000	1.000.000	13.600.000