



**Landtag  
aktuell**

Kiel, 15.11.01

Es gilt das gesprochene Wort!  
Sperrfrist: Redebeginn

**Hermann Benker zu TOP 47:**

## **Wellness- und Gesundheitstourismus in Schleswig-Holstein**

Der Bericht kann sich sehen lassen:

- Der Ausbau des Gesundheitsstandortes Schleswig-Holstein wird konsequent weiter verfolgt.
- Die Infrastruktur in diesem Bereich in Schleswig-Holstein ist gut.
- Die Voraussetzungen für die touristische Einbindung sind gegeben.
- Die touristischen Anbieter müssen zielgerichtete, qualitativ hochwertige Angebote schaffen.
- Die Tourismusagentur Schleswig-Holstein (TASH) muss sich mit einem entsprechenden Marketing für diese Angebote einsetzen.

Ziel muss es sein, über Leitprojekte hinaus die Einmaligkeit Schleswig-Holsteins durch Klima und Infrastruktur hervorzuheben und mit Qualitätsangeboten Marktführer gegenüber den Mitbewerbern zu werden.

Das wäre die grobe Zusammenfassung eines Berichtes, der mitten in dem Prozess „Schleswig-Holstein auf dem Weg zum Gesundheitszentrum“ gegeben wird. Daran hat die Landesregierung maßgeblichen Anteil. Wenn ich von einem Prozess spreche, dann gilt dies für die Entwicklung von der Regierungserklärung bis heute und darüber hinaus.

Das beginnt mit der Expertise über Chancen und Potentiale der Gesundheitswirtschaft in Schleswig-Holstein im Mai 2000 über den Workshop zum gleichen Thema im Dezember 2000, danach die Gründung der Gesundheitsinitiative Schleswig-Holsteins durch die Landesregierung im März 2001. Hervorzuheben sind die sich daraus ergebenden Kooperationen mit Akteuren aus dem Gesundheitswesen, aus Wirtschaft, Wissenschaft und Verbänden in Verbindung mit dem Gesundheitsmarkt. Mit der Bildung der Projektgruppen im Mai 2001 sowie den dort entwickelten Leitprojekten mit einer Laufzeit bis zum Jahr 2003, bis hin zu dem Kongress Ende des Monats in Lübeck unter dem Thema „Gesundheit der Zukunft - Zukunft mit Gesundheit“ sind wir aktuell am Thema.

Dies sind Schritte, um aus Leitprojekten Routineinstrumente der schleswig-holsteinischen Gesundheitswirtschaft zu machen. Diese ist ein Zukunftsmarkt.

Die Zahl der 2,8 Mio. Beschäftigten in der Tourismuswirtschaft auf Bundesebene zeigt auch die Konkurrenzsituation auf, in der wir uns auf dem Tourismusmarkt mit dem Gesundheitsmarkt befinden. Es wird immer von „benchmarking“ gesprochen: Schleswig-Holstein kann im Bereich des Gesundheits- und Wellnesstourismus zum „Benchmark“ in der Bundesrepublik werden.

Wir haben im Vergleich zum Bundesdurchschnitt den höchsten Anteil am Bruttoinlandsprodukt, auch beim Umsatz der Gesundheitswirtschaft haben wir in Schleswig-Holstein 32 %, der Bundesdurchschnitt ist 13,6 %. Das zeigt die Bedeutung der Gesundheitswirtschaft für Schleswig-Holstein eindrucksvoll. Der Tourismusmarkt ist ein internationaler Markt.

Für den Gesundheitsmarkt als Teil des Tourismusmarkts bedeutet dies, dass wir die Betrachtungsebene auch in der Frage des Marketings so groß wie möglich wählen müssen. Wir tun dies. Das zeigt sich z. B. an dem Leitprojekt „Grenzüberschreitende medizinische Versorgung“ mit der Initiative „Patientenbrücke“ mit Norwegen. Oder das Leitprojekt „Forum life sciences“.

Vor diesem internationalen Hintergrund halte ich es für ausgesprochen albern, sich ständig ausschließlich auf die Konkurrenzsituation zwischen Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein zu fokussieren, statt gemeinsam Norddeutschland zu einer Kompetenzregion zu entwickeln.

Wir müssen durch Qualität und Aktualität überzeugen. Insofern ist das Qualitätssiegel für Gesundheitseinrichtungen ein wichtiger Aspekt. Das themenbezogene Marketing durch die TASH für „Gesundheit und Wellness“ Anfang 2002 ist ein weiterer notwendiger Schritt.

In keinem Bereich der Wirtschaft kommt es so sehr auf Kooperation an, wie im Tourismus. Allerdings sind auch die Beteiligten in keinem Bereich so zergliedert, so vielfältig und so unterschiedlich. Deshalb gilt es, weiter auf das Ganzheitsprinzip im Tourismus hinzuwirken. Insofern muss eine Qualitätsoffensive für den Wellness- und Gesundheitstourismus nicht nur Infrastrukturmaßnahmen im Blick haben, sondern sie muss auch die Weiterbildung und Einbindung der Menschen, die eben im Tourismus zu tun haben oder mit Touristen in Berührung kommen, zum Ziel haben. Tourismusbewusstsein zu fördern, und zwar auf allen Ebenen, ist das A und O, um Marktführer auch im Gesundheitstourismus zu werden.

Ich bin mit diesem Zwischenbericht sehr zufrieden und gehe davon aus, dass er in der Fortschreibung der Konzeption Eingang findet. Ich danke der Landesregierung für Ihre Initiativen.