

# Praxishandbuch Digitale Kur- und Gästekarten in Nordrhein-Westfalen

entwickelt im Rahmen des EFRE-Projektes  
„Handlungskonzepte Gesundheitstourismus 4.0“

# Praxishandbuch Digitale Kur- und Gästekarten

## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Einführung</b> .....	4
<b>2. Herausforderungen und Chancen der Digitalisierung für Heilbäder und Kurorte</b> (Rahmenbedingungen, „connected health“, Zugang zur Digitalisierung).....	5
<b>3. Ausgangssituation und Handlungsfelder der Heilbäder und Kurorte in NRW</b> (Meldeschein vs. Kurkarte, Status Quo in NRW) .....	8
<b>4. Lösungsansatz „Digitale Kur- und Gästekarten“ für Heilbäder und Kurorte</b> (Leistungen, Wirkungen, Bürgerkarte) .....	11
<b>5. Umsetzung „Digitaler Kur- und Gästekarten“ in Heilbädern und Kurorten</b> (Erfolgsfaktoren, Vorgehensweise, Beispiele) .....	21
<b>6. Checkliste: Was ist zu beachten? – Von der Initiierung bis zum Betrieb</b> .....	31
<b>7. Ihre Ansprechpartner/-innen</b> .....	36

## **Abbildungsverzeichnis**

<b>Abbildung 1: Anwendung von Fitnessstrackern.....</b>	<b>6</b>
<b>Abbildung 2: Einsatz von Wearables .....</b>	<b>7</b>
<b>Abbildung 3: Vom einfachen Meldescheinwesen zur digitalen Kur und Gästekarte.....</b>	<b>9</b>
<b>Abbildung 4: Status Quo der Gästekartensysteme in NRW .....</b>	<b>10</b>
<b>Abbildung 5: Ansatzpunkte der Kur- und Gästekarten.....</b>	<b>11</b>
<b>Abbildung 6: Zukunftsperspektive: Digitale Gästekarten.....</b>	<b>12</b>
<b>Abbildung 7: Erfolgsfaktoren für Gästekarten .....</b>	<b>21</b>
<b>Abbildung 8: Projektentwicklung Cardsystem .....</b>	<b>25</b>

## 1. Einführung

Die Projektpartner Tourismus NRW e.V., Gesundheitsagentur NRW als Tochter des NRW Heilbäderverbandes, Sauerland-Tourismus e.V. und Teutoburger Wald Tourismus setzen gemeinsam das innovative EFRE-Projekt „Handlungskonzept Gesundheitstourismus 4.0“ um. Ziel ist es, Nordrhein-Westfalen mit seinen zahlreichen Heilbädern und Kurorten und seinen Partnerregionen Teutoburger Wald und Sauerland, im Gesundheitstourismus auch langfristig durch innovative Zugänge und Themen erfolgreich zu etablieren.

Zum Projekt gehören die Module „Wissenstransfer zu gesundheitstouristischen Innovationsthemen“, „Marktforschung“, „Produktentwicklung und Marketing“. Der Themenbereich „Digitale Kur- und Gästekarte“ ist Teil des Moduls Wissenstransfer zu gesundheitstouristischen Innovationsthemen. Mit Digitalen Kur- und Gästekartensystemen soll eine Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit von gesundheitstouristischen Unternehmen und Akteuren in den Heilbädern und Kurorten gelingen. Auch soll hierdurch die regionale Vernetzung der Heilbäder und Kurorte optimiert sowie neue Gästebindungsinstrumente geschaffen werden.

Im ersten Schritt dieses Wissenstransfers wurde am 6. Oktober 2017 eine landesweite Informations- und Netzwerkveranstaltung zu digitalen Kur- und Gästekarten in Bad Salzuflen unter Einbindung zahlreicher Experten deutschlandweit führender Anbieter durchgeführt. Die hohe Beteiligung und zahlreiche Rückmeldungen der Vertreter der höher prädikatisierten Heilbäder und Kurorte in Nordrhein-Westfalen unterstreichen die große Bedeutung des Themas für die ausgewiesenen Gesundheitsorte. Die wichtigsten Ergebnisse der Veranstaltung, angereichert durch weiteres Wissen diverser Experten, fließen in dem jetzt vorliegenden Praxishandbuch zur digitalen Kur- und Gästekarte zusammen.

Auf Grundlage der in diesem Praxishandbuch dargelegten Inhalte werden in 2018 sieben Heilbäder und Kurorte in Nordrhein-Westfalen ergänzende Beratungsleistungen für die Umsetzung digitaler Kur- und Gästekartensysteme erhalten. Hierfür konnten sich alle höher prädikatisierten Heilbäder und Kurorte Nordrhein-Westfalens in einem öffentlichen Beteiligungs- und Auswahlverfahren ab sofort bewerben.

Das Praxishandbuch soll darüber hinaus für alle interessierten Heilbäder und Kurorte wie auch für alle sonstigen Tourismusorte und –regionen Unterstützung zur Einführung zukunftsweisender digitaler Kur- und Gästekartensysteme sein.

## 2. Herausforderungen und Chancen der Digitalisierung für Heilbäder und Kurorte

### Neue Rahmenbedingungen durch Digitalisierung

Gesundheitsangebote von Heilbädern und Kurorten werden vor allem wegen ihrer staatlich anerkannten Kompetenz in Gesundheitsfragen und der nachhaltigen Effekte eines Aufenthalts in diesen Orten gebucht.

Für Heilbäder und Kurorte ergeben sich durch digitale Anwendungen neue Optionen am Markt: Zunehmend mehr Gesundheitsbewusste „tracken“ ihr Bewegungsverhalten, ihr Ess- und Trinkverhalten, ihre Schlaftiefe, ihr Smartphone-Nutzungsverhalten und vieles mehr. Die lebensbegleitende Messung von Fitness- und Gesundheitsparametern wird für Menschen zukünftig vermehrt Teil ihres Lebensstils sein. Auch greift die Versorgung und gesundheitliche Überwachung von Chronikern, ebenso wie von Pflegebedürftigen, zunehmend auf digitale Healthcare-Anwendungen zurück: Digitale Gesundheitsplattformen, die Fernbetreuung von immobilen Patienten, telemedizinische Diagnosesysteme, virtuelle Sprechstunden werden künftig immer selbstverständlicher.

Diese Beispiele machen deutlich, dass der rapide vollziehende digitale Wandel auch in den Gesundheitsbereich Einzug erhalten hat. Den Heilbädern und Kurorten eröffnen diese Entwicklungen ganz neue Marktchancen. Digitale Anwendungen ziehen so in großer Geschwindigkeit in den Gesundheitsbereich ein. Diese Entwicklungen eröffnen auch den Heilbädern und Kurorten ganz neue Marktchancen. Wer die Entwicklungen aufgreift, kann sich mit neuen Produkten, neuen Geschäftsmodellen und neuen Zielgruppen langfristig am Markt behaupten.

### „Connected Health“ als Zukunftsperspektive

Im Gesundheits- und Fitnessbereich wachsen die technologiegetriebenen Märkte zusammen: Man spricht vom „Internet of Medical Things“ und von „Connected Health“.

#### Infobox: Internet of Medical things und Connected health

Das „Internet of Medical Things“ kennzeichnet insbesondere den Einsatz medizinischer Messgeräten, die über Wifi auf einer Maschine-zu-Maschine-Kommunikation basieren und in der Lage sind, Langzeitüberwachungen der Herzfrequenz, Körpertemperatur und Blutdruck, sowie Messung des Blutzuckers und viele weitere Parameter aufzuzeichnen und zu untersuchen. Gesundheitsexperten sind nicht mehr allein auf das subjektive Empfinden von Patienten angewiesen, sondern haben die Möglichkeit, durch sensible Sensorik auch über lange Zeiträume valide Daten zu messen und damit in der Gesamtschau bessere Diagnosen zu stellen und therapeutische Konzepte zu entwerfen. Die gemessenen Werte können beim Telemonitoring oder der Patientenüberwachung eingesetzt werden und erschließen hierdurch neue Ebenen und Möglichkeiten bei der Vor- und Nachbetreuung von Patienten.

„Connected Health“ steht vor allem für das mobile Gesundheits- bzw. Fitnesstracking, hierbei können eigenständig Individualdaten erfasst und beobachtet werden.

Gemäß einer bevölkerungsrepräsentativen Studie der Techniker Krankenkasse gehen 86% der Befragten davon aus, dass Fitnesstracker „in zehn Jahren zum Alltag dazu gehören“ (vgl. Techniker Krankenkasse 2016).

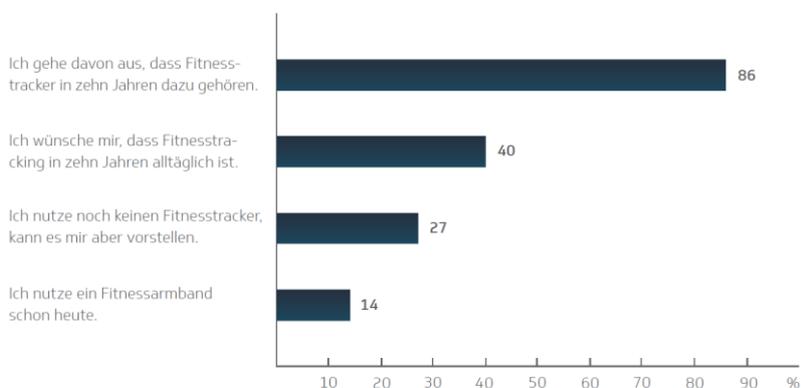


Abbildung 1: Anwendung von Fitnesstrackern

Quelle: Techniker Krankenkasse: „SmartHealth – Wie smart ist Deutschland?“ (2016)

Die Beobachtung der eigenen Gesundheit – zuvor nur eine Angelegenheit von Experten – ist plötzlich für jedermann möglich. Mit dem Internet verbundene Geräte, wie „Connected Health“ Waagen oder Blutdruckmessgeräte, ermöglichen es, medizinische Aufzeichnungen in einer kompakten Übersicht auf mobilen Geräten zu verfolgen. So kann der Nutzer seinen Körper besser kennenlernen und seine Gesundheit einfacher überwachen.

Digitale Gesundheits- und Fitnessanwendungen werden mehr und mehr zum selbstverständlichen Begleiter in Alltag und Urlaub – die Einbindung ins Aufenthalts- und Gesundheitserlebnis in den Heilbädern und Kurorten drängt sich damit zwingend auf.



Abbildung 2: Einsatz von Wearables

Quelle: [www.pixabay.com](http://www.pixabay.com)

Zentrale Herausforderung für die Heilbäder und Kurorte in Nordrhein-Westfalen ist es, digitale Gesundheitsanwendungen in ihr Angebot zu integrieren, um die Bindung an die Lebens- und Alltagswelten der potenziellen Gäste der Orte zu erhalten. Es gilt, diese Herausforderung schon heute anzunehmen und die richtigen Weichen für morgen zu stellen.

### **Digitale Kur- und Gästekartensysteme als Zugang zur Digitalisierung**

Ein sinnvolles Instrument zur Nutzung der Digitalisierung für die Heilbäder und Kurorte können digitale Kur- und Gästekartensysteme sein. Ihnen ge-

hört die absehbare Zukunft, denn sie können einen neuen ganzheitlichen Service und Mehrwert für Gäste während des Aufenthalts vor Ort darstellen und den Gast bis in den Alltag hinein begleiten. Darüber hinaus bieten sie vielfältige Möglichkeiten im Bereich der Angebotsgestaltung, des Vertriebs und der Kundenbindung.

**Infobox: Studie „Smart Health – Wie smart ist Deutschland?“ der Techniker Krankenkasse (2016)**



Die Studie „Smart Health – Wie smart ist Deutschland?“ der Techniker Krankenkasse informiert auf Basis einer Bevölkerungsbefragung über den Status Quo und die Zukunftsentwicklungen der Nutzung von digitalen Fitness- und Gesundheitsanwendungen. Sie bietet interessante und hilfreiche Zahlen, Daten und Fakten zum Markt und Zielgruppen von „connected health“.

### 3. Ausgangssituation und Handlungsfelder der Heilbäder und Kurorte in NRW

Doch was sind eigentlich digitale Kur- und Gästekarten genau?  
Wie hängen Meldescheinwesen, Gästekarten und deren Digitalisierung zusammen?

Vier Stufen kennzeichnen die Entwicklung von der hoheitlichen Aufgabe des Meldescheinwesens bis hin zur **digitalen Kurkarte unter Einbindung individueller Gesundheitsdaten und -leistungen**.

Vom einfachen Meldeschein zur digitalen Kur- und Gästekarte

Entwicklungsstufe	Technische Umsetzung	Nutzen und Mehrwerte
<b>Stufe 1:</b> <b>Meldescheinwesen</b> mit Zusatznutzen	- klassisch als Papiermelde- schein oder elektronisches Meldescheinwesen	- Umsetzung des Meldescheinwesens - Gast erhält eine Kurkarte als „Quittung“ - Zugang zu Services, Leistungen und Vergünstigungen z.B. Eintritt Kurpark, Schwimmbad, Museen etc. - Daten dürfen nicht für Marketingzwecke oder andere Zwecke genutzt werden
<b>Stufe 2:</b> <b>Gästekarte</b>	- einfacher Papierausdruck bis elektronische Chipkarte	- Mehrwertkarte für Gäste, Zugangsfunktion („Schlüssel“) zu Attraktionen und Angeboten - wird dem Gast in der Unterkunft nach Anmeldung übergeben - Zugang zu verschiedene Leistungen kostenfrei oder ermäßigt, z.B. Freizeiteinrichtungen, Therme, ÖPNV (lokal bis regi- onsweit), Veranstaltungen - z.B. Sauerland Sommer Card, Bad HindelangCard
<b>Stufe 3:</b> <b>Digitale Gästekarte</b>	- Smartphone-App	- Authentifizierung („Schlüssel“) für Attraktionen und Angebote - Digitale Bündelung von Gästekartenleistungen - dynamische Informationen und Empfehlungen, Besucherlenkung - Marktforschung durch Auswertung des Nutzerverhaltens und unterschiedlicher Interessensprofile - Individualisierter Reiseführer und personalisierte Angebote für Nutzer - z.B. Hochschwarzwald Card mit Reiseführer-App „Mein Hochschwarzwald“
<b>Stufe 4:</b> <b>Digitale Kur- und                      Gästekarte</b>	- Smartphone-App - Verbindung zu digitalen Ge- sundheits- und Fitnessan- wendungen	Nutzen und Mehrwerte der Stufe 3, <b>zusätzlich:</b> - Erfassung und Auswertung individueller Gesundheitsdaten und –informationen der Gäste auf Basis von Befragungen und freiwilligen Angaben des Gastes - Einbeziehung digitaler Schnittstellen zur Datenerfassung, z.B. Gesundheits-Apps auf dem Smartphone, Wearables, Analyse des Google-Nutzungsverhaltens - Empfehlung von jederzeit optimalen, individualisierten und bedarfsgerechten Gesundheitsangeboten und Leistungs- paketen für den Gast vor Ort - Entwicklung bedarfsgerechter Gesundheitsangebote und Kooperationsmöglichkeiten, z.B. mit Krankenkassen - Kommunikations- und Leistungsanbindung an Lebens- und Alltagswelten des Gastes durch Nutzungsverlängerung und Angebote über den Aufenthalt vor Ort hinaus - Verarbeitung von Auslastungsdaten

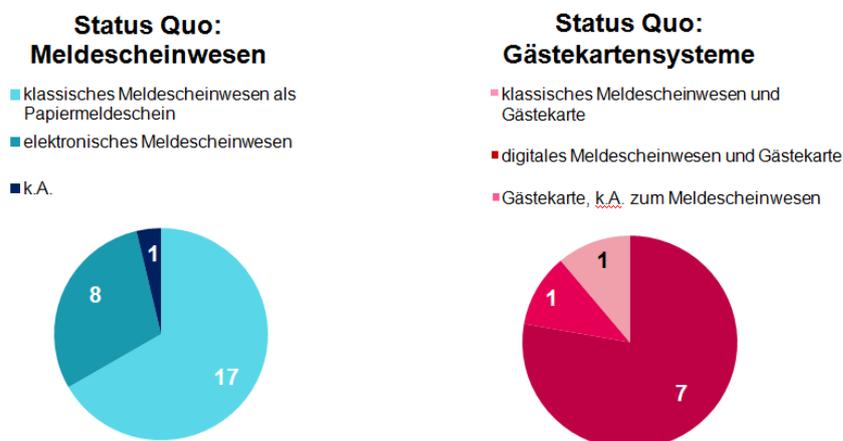
Abbildung 3: Vom einfachen Meldescheinwesen zur digitalen Kur- und Gästekarte

Quelle: PROJECT M GmbH

Grundsätzlich ist das Meldescheinwesen (Stufe 1) ein eigenständiger, von den weiteren Entwicklungsstufen von Gästekarten (Stufen 2 bis 4) rechtlich unabhängiger Bereich. In der Praxis zeigt sich die Einbindung des Meldescheinwesens in die weiteren Stufen bei garantierter Einhaltung datenschutzrechtlicher Bestimmungen jedoch als zweckmäßiger Regelfall. Die Einbindung des Meldescheinwesens in allen Entwicklungsstufen bis hin zum Ziel der digitalen Kur- und Gästekarte wird in den weiteren Ausführungen deshalb vorausgesetzt.

### Status Quo in Nordrhein-Westfalen

Eine Abfrage der Gesundheitsagentur NRW als Tochter des NRW Heilbä-  
 derverbandes im September 2017 zum aktuellen Einsatz von digitalen Kur-  
 und Gästekarten in Nordrhein-Westfalen zeigt, dass 17 der 26 höher prädi-  
 katisierten Heilbäder und Kurorte das klassische Meldescheinwesen in Pa-  
 pierform umsetzen. In acht Orten wurde ein elektronisches Meldescheinwe-  
 sen eingeführt (ein Ort ohne Angabe). Insgesamt neun der 26 höher prädi-  
 katisierten Heilbäder und Kurorte verfügen bereits über eine Gästekarte; da-  
 von werden sieben elektronisch betrieben.



Quelle: Selbstauskünfte der höher prädikatisierten Heilbäder und Kurorte in NRW (n=26/26)

Abbildung 4: Status Quo der Gästekartensysteme in NRW

Quelle: Selbstauskünfte der höher prädikatisierten Heilbäder und Kurorte in NRW

Ein digitales Kur- und Gästekartensystem unterhält gegenwärtig noch keiner der höher prädikatisierten Orte in Nordrhein-Westfalen. Grund dafür kann die Vielzahl zu beteiligender Akteure auf örtlicher Ebene sein, die einen höheren Koordinationsaufwand bedeutet.

#### 4. Lösungsansatz „Digitale Kur- und Gästekarten“ für Heilbäder und Kurorte

Die Praxis in den Heilbädern und Kurorten zeigt, dass die einzelnen Beteiligten der touristischen Leistungskette ihre eigenen Prozesse und Finanzkreisläufe stetig weiterentwickeln und optimieren. Trotz enger Zusammenarbeit und gemeinsamer Leistungserbringung für das Gesamterlebnis der Gäste in einer Destination stimmen Kommunen, Leistungsanbieter und Tourismusorganisationen ihre internen Prozesse und Finanzkreisläufe jedoch oftmals nicht ausreichend und kontinuierlich aufeinander ab.

Genau hier setzen Kur- und Gästekarten an. Sie verbinden die betrieblichen und organisatorischen Prozesse und Finanzkreisläufe. Durch die enge Verzahnung der Beteiligten entstehen Mehrwerte für alle: Gäste, Unternehmen, Kommunen und Tourismusorganisationen.

##### **Infobox: Prozesse und Finanzkreisläufe der Beteiligten sind in der Praxis oftmals noch nicht abgestimmt**

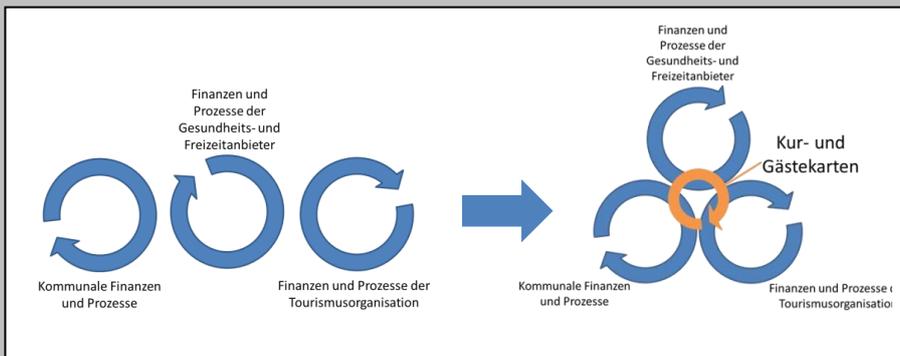


Abbildung 5: Ansatzpunkt der Kur- und Gästekarten

Quelle: eigene Darstellung PROJECT M (2017)

#### Digitale Kur- und Gästekarten werden zum Standard

Zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Praxishandbuches ist national wie international noch kein Umsetzungsbeispiel einer digitalen Kur- und Gästekarte unter Einbindung individueller Gesundheitsdaten bekannt. Jedoch verfolgen Technologieanbieter und auch einzelne Heilbäder und Kurorte in Deutschland bereits intensiv diesen nächsten Entwicklungsschritt. Auch

potenzielle Partner wie z.B. führende Krankenkassen beobachten diese Entwicklung interessiert und entwickeln neue Ideen für Kooperationsansätze oder Geschäftsmodelle.

**Die Anbieter von Kur- und Gästekartensystemen sind sich einig, dass in wenigen Jahren Stufe 4 der Entwicklung – die digitale Kur- und Gästekarte – verbreiteter Standard in den erfolgreichen Gesundheitsorten in Deutschland sein wird.**

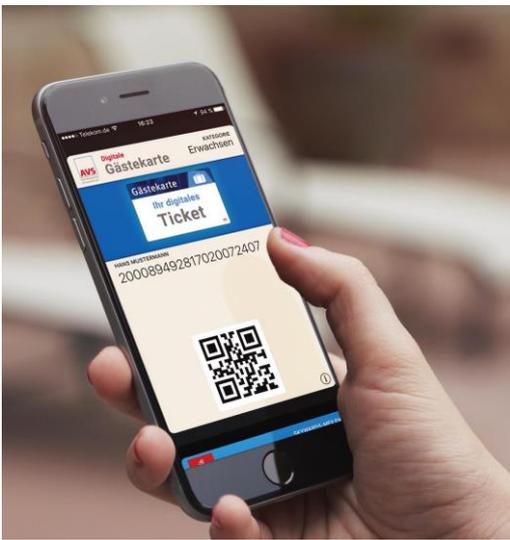


Abbildung 6: Zukunftsperspektive: Digitale Gästekarte  
Quelle: AVS (2017)

### **Herausforderungen und Konsequenzen**

Die Entwicklung digitaler Kur- und Gästekarten ist eine wichtige und zentrale Aufgabe für eine zukunftsorientierte Aufstellung der Heilbäder und Kurorte. Sie bietet für die Heilbäder und Kurorte zudem die Chance, den digitalen Wandel aktiv mitzugestalten und damit die Voraussetzungen für die Einbindung von Gesundheitsleistungen in Smart Health-Anwendungen der Gäste zu schaffen. Um auch in Zukunft zur Spitze der deutschen Gesundheitsdestinationen zu gehören, müssen sich die Heilbäder und Kurorte in NRW deshalb schon heute Schritt für Schritt auf den Entwicklungsweg zur digitalen Kur- und Gästekarte begeben. Denn sie wird zukünftig wichtiger Baustein des Angebotes und der Gesundheitskompetenz der Heilbäder und Kurorte.

### Schritte auf dem Weg zur Digitalen Kur- und Gästekarte

Im ersten Schritt wird es darum gehen, Gesundheitsleistungen der Heilbäder und Kurorte digital aufzubereiten und zugänglich zu machen, um damit Services und Mehrwerte vor Ort zu schaffen. In Zukunft können dann Verknüpfungen mit Connected Health-Anwendungen geschaffen werden. Wie weitreichend diese Verknüpfungen dann umgesetzt werden und ob beispielsweise auch eine Verbindung mit Gesundheitsdaten erreicht werden kann, ist nicht zuletzt auch eine Frage der datenschutzrechtlichen Möglichkeiten und Grenzen.

### Charakterisierung von „Kur- und Gästekarten“

Was Kur- und Gästekarten letztlich für Gäste, Leistungsanbieter und Orte mit ihren Funktionseinheiten leisten sollen, welche Zielsetzungen verfolgt werden und welche Funktionen nutzbar sein sollen, wird nachfolgend aufgeführt. Dabei gibt es Aufgaben und Leistungen die verpflichtend berücksichtigt werden sollten und solche die wünschenswert sind.

- Unter „**Pflicht**“ sind all jene Aufgaben und wichtigen Leistungen eines Kur- und Gästekartensystems zusammengefasst, die im Rahmen der kommunalen Verwaltungsaufgaben durch das System übernommen werden müssen. Hierzu gehört die melderechtliche „Verarbeitung“ über die Abrechnung der Kur-/Gästebeiträge, Kurabgaben, Kurtaxen mit Vereinfachung von Verwaltungsprozessen. Selbstverständlich zählen die Einhaltung rechtlicher Bestimmungen (z.B. Datensicherheit) und eine maximale Nutzerfreundlichkeit ebenso zur „Pflicht“ dazu.
- Die unter „**Kür**“ zusammengefassten Leistungen bieten einen individuellen Mehrwert für einzelne Interessensgruppen. Sie sind demgegenüber vor allem die bei Gästen, Leistungsanbietern und Touristikern vorrangig wahrgenommenen Leistungen der Gästekartensysteme wie z.B. Inklusivleistungen, Gewährung zusätzlicher Benefits oder die Einbindung von CRM-Systemen für Marktforschung und Marketing. Die „Kür“ geht wie beim Eiskunstlauf über die erforderlichen Pflichtleistungen hinaus und bietet meist einen individuellen Mehrwert für die einzelnen Interessensgruppen.

	<b>Beispielhafte Aufgaben, Leistungen und Ziele</b>
<b>„Pflicht“ von Kur- und Gästekarten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erhebung und stimmige Abrechnung des Gästebeitrags</li> <li>• Modernisierung der Beitragsabwicklung für Beherbergungsbetriebe, Gäste, Tourist-Informationen und Kur-Verwaltungen, Steigerung der Meldemoral</li> <li>• Stabilisierung und Steigerung der Gästebeitragseinnahmen</li> <li>• Optimierung der Abläufe bei Anmeldung, Gästekartenausgabe und Abrechnung</li> <li>• Vereinfachung ressourcenbindender Verwaltungsprozesse</li> <li>• Quittung für Beitragsentrichtung des Gastes</li> <li>• Einhaltung der Melderechts- und Datenschutzkonformität</li> <li>• Sicherstellung der Bedienungsfreundlichkeit und der Erweiterungsmöglichkeiten des Systems</li> </ul>
<b>„Kür“ von Kur und Gästekarten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inklusivleistungen: Eintritt und freie Fahrt für Gäste, z.B. zu Freizeit- und Gesundheitseinrichtungen, ÖPNV</li> <li>• Zubuchbare, individuelle Leistungspakete für Gäste, z.B. persönliche Dienstleistungen, optionale Aufladung von Benefits aus der lokalen Geschäftswelt</li> <li>• Zubuchbare Gesundheitsleistungen, z.B. Coachings, Trainings</li> <li>• Gesundheitskurse</li> <li>• Integration von CRM-Funktionalitäten, z.B. Erstellung von Nutzerprofile und Marketingdaten</li> <li>• digitale Lösung der Kur- und Gästekarte und Fortführung einer flächendeckenden digitalen Transformation z.B. Kur- und Gästekarte als Smartphone-App, Integration in Wearables</li> <li>• Heimatkarten: Alle Leistungen für Gäste auch für Einheimische verfügbar machen, um die Akzeptanz für solche Kartensysteme zu steigern.</li> </ul>

### **Tipp aus Workshop und Praxis**

*„Die Grundhausaufgabe, also „Pflicht“ ist zunächst ein rechtskonformes und modernes Verfahren zur Kurbeitragsabwicklung und Ausgabe einer Gästekarte. Darauf lässt sich dann eine Karte mit unterschiedlichen ortsindividuellen Leistungen als „Kür“ aufsatteln. Fertig.“*

*Klaus Schön, Fa. AVS GmbH*

Unabhängig vom Entwicklungsstand eines Kur- und Gästekartensystems – vom klassischen Meldeschein mit zugehöriger Quittung als Eintrittskarte bis hin zur digitalen Kur- und Gästekarte – stellen erfolgreiche Systeme für die „Kür“ immer den Gast in den Mittelpunkt.

Mehrwerte für den Gast zu schaffen ist damit der Ausgangspunkt für die Entwicklung einer Kur- und Gästekarte. Denn der Gast muss bei seinen Bedürfnissen abgeholt und es müssen ihm wertstiftende Services geboten werden. Voraus geht die Frage „Was nutzt meinem Gast, was braucht er und was gibt ihm ein richtig gutes Bauchgefühl?“ Die Verwendungsmöglichkeiten und die eingebundenen Gesundheits- und Freizeitangebote von Kur- und Gästekarten setzen genau hier an. Eine Ausdifferenzierung der aufladbaren Leistungen nach unterschiedlichen Gästetypen und Zielgruppen kann hierfür ebenfalls sinnvoll sein.

Gleichzeitig muss konsequent die Marke eines Ortes oder einer Destination – also deren individuelles Bild in den Köpfen der Gäste – die durchgängige Grundlage der eingebundenen Leistungen und Services für die jeweilige Kur- und Gästekarte bilden.

### **Tipp aus Workshop und Praxis:**

*Fragen Sie sich: Was ist der Kern des Produktes „Kur- und Gästekarte“?  
Welchen Wert transportieren wir damit?*

*Matthias Wendorf, Fa. wiif GmbH*

Diese müssen zur jeweiligen Marke und Profilierung passen. Sie müssen die Attraktivität der Destination unterstreichen, ihre Alleinstellungen transportieren und die Qualität und das Leistungsversprechen an den Gast durchgängig einhalten.

**Infobox: Praxisbeispiel (Stufe 3) Hochschwarzwald Card mit Reiseführer-App „Mein Hochschwarzwald“**



Das Kartensystem der HochschwarzwaldCard ist aktuell das in puncto „Produkte und Services, konsequenter Organisation und Professionalisierung, Innovationsfreudigkeit und Geschwindigkeit am weitesten entwickelte Gästekartensystem

im praktischen Einsatz im Deutschlandtourismus. Es ist der Entwicklungsstufe 3 zuzuordnen. Die Gästekarte als elektronische Karte wird durch eine digitale Gästekarte als App perfekt ergänzt. Auch der elektronische Meldeschein ist mit an das System gekoppelt. Freier Eintritt und freie Nutzung des ÖPNV sind zudem durchgängig gewährleistet.

Mit knapp 5 Mio. Euro Umsatzvolumen pro Jahr bildet die Karte zudem einen bedeutenden Baustein in der regionalen Wertschöpfung. Die Finanzierung erfolgt über eine übernachtungsbezogene Umlage, die die Gastgeber vom Hotel über die Ferienwohnung bis zum Campingplatz für jeden Gast leisten. Aus diesem Topf werden neben Marketing, Betrieb und Technik vor allem die Leistungserbringer vergütet.

Die Hochschwarzwald Card mit ergänzender App wurde technologisch von Anfang an nicht als isoliertes Produkt gedacht, sondern als Betriebssystem auf Ebene der gesamten Destination. Basis ist ein berührungsloses Chipkartensystem mit digitalem Meldeverfahren und umfassenden Schnittstellen. Damit stellt sie auch die technologische Plattform dar, über die die Gäste umfassend mit Angeboten und Informationen bespielt werden: Vor, während und nach der Reise steht die Destination durch die Karte mit dem Gast mobil, personalisiert in Kontakt. Zudem liefert das System der Destination effiziente und zielgruppengenaue Marktforschungsergebnisse für die stetige Weiterentwicklung ihrer Angebote.

### Wirkungen und Nutzen für Gäste, Anbieter und Orte

Herkömmliche Gästekarten in Papierform oder auch als elektronische Karte übernehmen vor allem drei Funktionen für Gäste, Anbieter und Orte.

- Gästebeitragsquittung
- Schlüssel oder Eintrittskarte für den Gast zu Leistungen und Rabatten
- Erfassungsmedium für Gästebewegungen innerhalb der Destination

Moderne digitale Kur- und Gästekartensysteme gehen in ihren Wirkungen weit darüber hinaus. Beispielsweise als Smartphone-App, die der Gast bereits vor seinem Aufenthalt installiert, können digitale Kur- und Gästekarten beispielhafte nachfolgende Funktionen übernehmen:

Interessensgruppe	Mögliche Funktion	Beispiel
<b>Gäste</b>	Eintrittskarte und Sofortrattsysteme	z.B. Zutritt zu inkludierten Freizeit- und Gesundheitseinrichtungen, ÖPNV, W-LAN, persönlichen Dienstleistungen und Gesundheitsleistungen
	Nachhaltige Besucherlenkung und Transport	z.B. durch Einbindung ÖPNV-Services, Funktion als Fahrkarte, tagesaktuelle Angebote von Thermen und anderen örtlichen Einrichtungen (Museen, Theater, etc.) zu auslastungsschwächeren Zeiten
	Orientierung und Planungsunterstützung	z.B. Einbindung Reiseführer, Persönliche Empfehlungen, Ergänzende Echtzeitinformationen (Wetter, Veranstaltungen ...)
	„Alle Leistungen der Destination aus einer Hand“	z.B. individuelle zu buchbare Leistungspakete, Shopfunktion
<b>Leistungsanbieter Freizeit</b>	Gästegewinnung	z.B. durch Angebot als Inklusivleistung der digitalen Kur- und Gästekarte, Marketingfunktionen wie Reiseführer, Empfehlungen
	Zusatzverkäufe	z.B. durch zu buchbare Leistungen, individualisierte Angebote, Anreizsystem mit Vergünstigungen

	Angebotsoptimierung und Qualitätssicherung	z.B. durch Feedbackfunktion, Live-Gästebewertungen
	Auslastungssteuerung, Besucherlenkung	z.B. durch Einspielung Echtzeit-Besucherdaten, Stoßzeiten, Empfehlungen
<b>Leistungsanbieter Gesundheit</b>	Effiziente und individuelle Gästebetreuung	z.B. durch Bereitstellung und Auswertung von Gesundheitsinformationen bereits vor Besuch
	Gäste-/Patientenbindung	z.B. durch langfristige Anbindung an Gesundheitsdaten des Gastes und passgenaue Angebote
	Verkauf ergänzende Gesundheitsleistungen	z.B. durch Echtzeit-Gesundheitsdaten, optimale personalisierte Leistungen
	Leistungsoptimierung	z.B. durch Wirkungsanalyse, Feedbackfunktion
<b>Orte/Destinationen</b>	Profilierendes Produkt und echter Mehrwert	z.B. durch Einbindung profilierender Angebote und Leistungen, individuelle Betreuung und Services
	Angebotserweiterung	z.B. durch Anbindung an Rabattsysteme der Nachbarregionen/-orte
	Strategische Angebots- und Preisgestaltung	z.B. durch flexible Marketing- und Kommunikationsmöglichkeiten, nachfrageorientiertes Preissystem bzgl. Kartenumlage
	Kostengünstige Marktforschung	z.B. Datengewinnung und Verknüpfung zu Gästen, Aktivitäten, Interessen, Bewegungs- und Strukturdaten zur Analyse und Optimierung
	Instrument zur Gästebindung	z.B. durch Verknüpfung anonymisierter Gästedaten mit CRM-System, individuelle Folgeangebote ...
	Nachhaltige Besucherlenkung und Transport	z.B. durch Einbindung ÖPNV-Services, Funktion als Fahrkarte ...
	Instrument zur individuellen Kommunikation mit dem Gast	z.B. persönliche Empfehlungen auf Basis des Nutzerverhaltens, Chatfunktion ...

## Funktionalitäten von modernen Kur- und Gästekarten anhand ausgewählter Beispiele:

### Infobox: Praxisbeispiel (Stufe 2): Sauerland SommerCard



Die Sauerland-Sommerkarte vereint drei Karten in einer. Über das System wird ganzjährig die Kurkarte von Winterberg abgebildet, zudem ganzjährig ein ÖPNV-Ticket und für Gäste bei teilnehmenden Beherbergungsbetrieben in den Sommermonaten auch eine komplette All-Inclusive-Card bei 40 Freizeitangeboten. Basis hierfür bildet ein Umlagemodell. Die Karte operiert mit einfachem Strichcode. Ihr Betreiber ist die Winterberg Touristik und Wirtschafts GmbH.

Die Sauerland-Sommerkarte vereint drei Karten in einer. Über das System wird ganzjährig die Kurkarte von Winterberg abgebildet, zudem ganzjährig ein ÖPNV-Ticket und für Gäste bei teilnehmenden Beherbergungsbetrieben in den Sommermonaten auch eine komplette All-Inclusive-Card bei 40 Freizeitangeboten. Basis hierfür bildet ein Umlagemodell. Die Karte operiert mit einfachem Strichcode. Ihr Betreiber ist die Winterberg Touristik und Wirtschafts GmbH.

### Infobox: Praxisbeispiel (Stufe 2): Bad Hindelang Plus



Bad Hindelang ist die erste allergikerfreundliche Gemeinde im Alpenraum und Bayerns erste „Kinderland-Hauptstadt“.

Die Gästekarte Bad Hindelang PLUS macht den Ort und die Region erlebbar: Bergbahnfahrten, Skipass, Erlebnisbäder, der regionale Nahverkehr sowie der Bus ins Naturschutzgebiet – kostenlos, einfach und jederzeit für Gäste der beteiligten Gastgeber verfügbar.

Technologisch bildet die regionale Allgäu-Walser-Card die Basis für Bad Hindelang PLUS – mit einem mit der Karte verbundenen digitalen Meldeschein sowie einer umfangreichen Vernetzung von der Hotelsoftware bis zu den Drehkreuzen der Bergbahnen und dem ÖPNV-Systemen.

**Infobox: Heimatkarte - Mehrwerte auch für die Einheimischen**

(Gesundheits-)touristische Angebote sind nicht nur für Gäste attraktiv und bieten Reise- und Aufenthaltsgründe in einem oder mehreren der Nordrhein-Westfälischen Heilbäder und Kurorte. Diese Angebote leisten auch und vor allem für die vor Ort lebenden Bürgerinnen und Bürger einen wesentlichen Beitrag zur besonderen Lebens- und Wohnqualität der ausgewiesenen Gesundheitsorte.

Deshalb wird die Aufbereitung und Nutzbarmachung der besonderen Gesundheits- und Servicekompetenz der Heilbäder und Kurorte sowie das Angebot ergänzender touristischer Leistungen auch für die einheimische Bevölkerung zunehmend wichtiger.

Durch die Erweiterung der Zielgruppen digitaler Kur- und Gästekarten um die einheimische Bevölkerung und die Umsetzung sogenannter „Bürgerkarten“ oder „Heimatkarten“ können mit den eingeführten Systemen alle Leistungen ergänzend zu Gästen auch für Einheimische verfügbar gemacht werden. Dies trägt zur weiteren Verbesserung des Tourismusbewusstseins, zur allgemeinen Zufriedenheit der Wohnbevölkerung und zur Verbesserung des Standortklimas in den Heilbädern und Kurorten bei.

Denkbar sind neben gleichen Leistungspaketen für Gäste und Bürger auch beispielsweise eine kostenfreie Basis-Version der Bürgerkarte mit ausgewählten Inklusivleistungen (z.B. Zutritt zum Kurpark, Besuch des Gradierwerkes etc.), die durch höherwertige Ergänzungspakete (z.B. Thermeneintritt, Gesundheitskurse) individuell für Einheimische aufladbar und erweiterbar ist.

Durch Aufnahme dieser hochwertigen Ergänzungspakete/ Gesundheitsleistungen gerade in die Heimatkarte wird der Produktkern eines Heilbades oder Kurortes den Einheimischen erneut bewusst gemacht.

## 5. Umsetzung „Digitaler Kur- und Gästekarten“ in Heilbädern und Kurorten

Die möglichen Funktionen und Beispiele zeigen, dass digitale Kur- und Gästekarten umfassende Mehrwerte für alle Beteiligten schaffen können und ein wichtiger Entwicklungsschritt zum Gesundheitsstandort der Zukunft sind.

### Grundlagen und Voraussetzungen für die Umsetzung



Abbildung 7 : Erfolgsfaktoren für Gästekarten

Quelle: wiif GmbH 2017

Der Einführung eines Kur- und Gästekartensystems – egal ob digital, als elektronische Chipkarte oder in Papierform – muss immer eine zentrale Fragestellung vorausgehen:

**„Welches Ziel wollen wir erreichen?“**

**Was kann eine Kur- und Gästekarte zur Ermöglichung dieses Ziels leisten?“**

Das Ziel kann beispielsweise darin bestehen, mit der Karte ein neues Angebot für Gäste und einen Wettbewerbsvorteil zu erreichen. Ziele können auch Marktforschungsdaten zur Entwicklung immer neuer Produkte sein. Auch die Steigerung der Meldemoral oder die engere Zusammenarbeit mit den Gesundheitsanbietern wären klare Ziele für Heilbäder und Kurorte. Das Ziel entscheidet über die konzeptionelle und inhaltliche Umsetzung der Karte.

Erst wenn Ziel und Nutzen des zu entwickelnden Kartensystems allen Beteiligten klar sind, kann deren Umsetzung erfolgreich sein. Deshalb ist es wichtig, alle Beteiligten, d.h. die Mitarbeiter in Organisationen und Verwaltungen, die Partner und Leistungsanbieter der Gästekarte sowie die Gastgeber, Kliniken, und weitere Akteure konsequent auf dem Entscheidungs- und Entwicklungsweg mitzunehmen.

### **Tipp aus Workshop und Praxis**

*„Wir empfehlen bei der Entwicklung von Kur- und Gästekarten den Fokus nicht nur auf die touristischen Aspekte zu legen, sondern auch branchenübergreifende Chancen zu ergreifen.“*

*Björn Reincke, Fa. Wilken GmbH*

### **Kritische Masse und Partnerstruktur**

Grundsätzlich gibt es keinen Richtwert für die Größe des zu beteiligenden Partnernetzwerks der Leistungsanbieter. Erfolgsfaktor zur Bestimmung des Partnernetzwerkes ist der Mehrwert, welchen die Partner für den Gast und füreinander einbringen können. Die wichtigsten Fragen auf dem Weg sind also: „Welchen Mehrwert bringt der einzelne Partner ein? Wie ergänzen sich die Partnerleistungen gegenseitig? Sind die eingebrachten Leistungen für den Gast attraktiv? Decken die zu erwartenden Erträge auch die Kosten?“

Ein Partnernetzwerk kann bereits mit sehr wenigen, jedoch hochattraktiven Leistungen Grundlage für ein sehr erfolgreiches Kartensystem sein. Bereits ein einzelnes Angebot, das den entscheidenden Mehrwert für den Gast bringt, kann ausreichend sein, was das Erfolgsmodell KONUS (ÖPNV) im Schwarzwald bewiesen hat. Mit zunehmender Anzahl an Leistungsträgern oder an teilnehmenden Heilbädern und Kurorten, kann jedoch ggf. eine höhere Attraktivität der digitalen Kur- und Gästekarte für den Gast geschaffen werden. Gleichzeitig bedeutet eine großflächige Destinationskarte jedoch natürlich auch einen entsprechend höheren Aufwand und Vorlauf bei der Einführung.

Grundsätzlich ergibt sich die kritische Masse aus dem jeweiligen wirtschaftlichen Modell der Orte. Ziel wird immer sein, mit der digitalen Kur- und Gästekarte ein Ertragsmodell zu schaffen. Hierfür müssen alle anfallenden Kosten mit den Ertragsperspektiven abgewogen werden. Die digitalen Kur- und

Gästekarte muss daher wie ein eigenständiges Unternehmen betrachtet werden. Wie viele Übernachtungen ein Ort zur Einführung eines digitalen Kur- und Gästekartensystems vorweisen sollte, kann deshalb ebenfalls nicht allgemeingültig gesagt werden.

Erfahrungswerte führender Anbieter zeigen jedoch eine Schwelle von ca. 35.000 Übernachtungen als Richtwert. Erreicht ein einzelner Ort diesen Wert nicht und erweist sich die Einführung eines eigenen Systems deshalb als wenig sinnvoll, so kann ein System auch in regionaler Kooperation umgesetzt werden. Die vermeintliche örtliche Schwäche wird so in ein starkes regionales Angebot mit mehreren kooperierenden Orten und Anbietern gewandelt. Dies kann auch durch den Zusammenschluss von regional benachbarten Heilbädern und Kurorten umgesetzt werden.

#### **Infobox: Orts- oder Destinationslösung?**

Großflächigen Destinationskarten stehen oftmals kleine, doch funktionale Gästekarten der Kommunen gegenüber. Diese definieren sich primär als Kurkarte mit einem starken Kontrollaspekt zur Erhöhung der Meldemoral und Kur-, Gästebeitrags-Kurabgaben-Kurtaxen-Einnahmen. Dennoch können auch hier für den Gast diverse Leistungen hinterlegt werden. Die Gästekarte der Nordseegemeinde Büsum beispielsweise bietet neben zahlreichen Vergünstigungen und freier Fahrt mit der „Bimmelbahn“ auch einen Freischaltcode für das WLAN, was im Strandbereich (nicht nur für Kinder) eine essentielle Leistung darstellt.

In Bad Dürrhein geht man den Weg über die Herausgabe einer eigenen Clubkarte. Gastgeber können dort ihre Kurkarte durch die Teilnahme am Umlageprojekt aufwerten und den Gästen beispielsweise freien Zugang zur Salzgrotte und der Therme einräumen – beides sind Kernleistungen, die von Gästen stark nachgefragt werden.

So können Gemeinden auch ihre eigene Gästekartenidentität entwickeln, ohne auf die große Gesamtsystematik der übergeordneten Destinationsorganisationen warten zu müssen. Denn während die Gemeinden eine günstige, funktionierende Kurkarte mit integriertem Meldescheinsystem benötigen, streben Destinationsorganisationen oftmals umfassendere Marketinglösungen an.

### **Technologische Voraussetzungen und Systemanforderungen**

Die technologische Umsetzung von Kur- und Gästekarten ist in einem breiten Spektrum möglich. Angefangen bei einfachen und funktionalen Papierkartenlösungen mit aufgedruckter Gültigkeit und persönlicher Zugangskontrolle (z.B. im ÖPNV durch den Fahrer) über Barcode- oder QR-Codes zur elektronischen Erfassung mit Lesegeräten, elektronische Chipkarten als „Schlüssel“ bis hin zur vollständig digitalisierten Lösung durch personalisierte Smartphone-Apps ist vieles erprobt.

### **Zukünftige Einbindungen individueller Gesundheitsdaten oder auch Schnittstellen zu digitalen Gesundheits- und Fitnessanwendungen setzen dabei digitalisierte Systeme voraus.**

Die unterschiedlichen Anbieter für Kartensysteme setzen auf unterschiedliche Technologien, einen einheitlichen Standard gibt es nicht. Auch deshalb ist es wichtig, von Beginn an die Ziele und eventuelle Erweiterungen des Kartensystems (z.B. Anbindung an die Region oder die zukünftige Anbindung weiterer Leistungsanbieter) zu bedenken. Insbesondere lokal und regional bereits verwendete Systeme (auch bei Gesundheitsanbietern) sollten bei einer Prüfung besonders beachtet und in Erwägung gezogen werden, um spätere Schnittstellen zu diesen von Beginn an optimal in der Planung zu berücksichtigen.

Für die Systementscheidung sollte über die bereits genannte Frage nach der Zielsetzung des Kartensystems hinaus auch darauf geachtet werden, welche Hardware und Systeme bereits vor Ort bei Verwaltung, Leistungsanbietern (auch von Gesundheitseinrichtungen) und Gastgebern im Einsatz sind. Je geringer die Anforderungen insbesondere an Gastgeber und Gesundheitsanbieter sind, desto höher ist deren Beteiligungsbereitschaft.

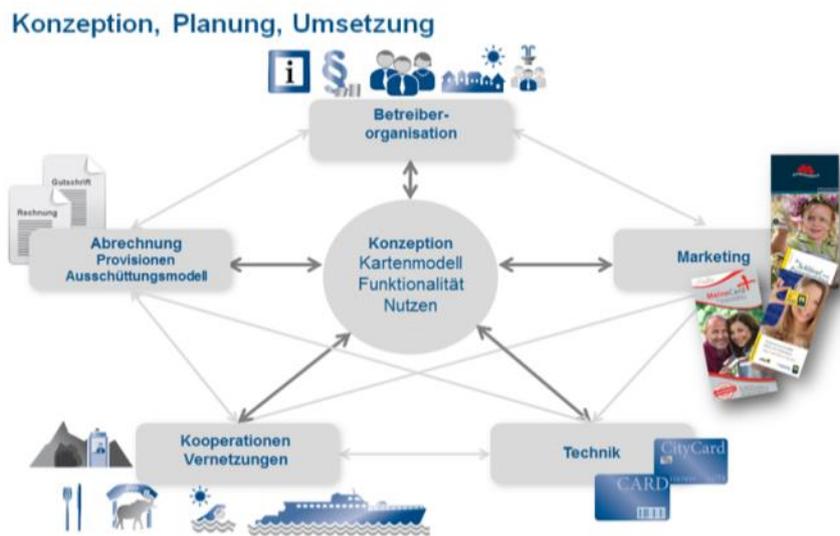


Abbildung 8: Vernetzungsabbildung: Projektentwicklung Cardsystem

Quelle: AVS 2017

## Organisation und Personal

Kur- und Gästekarten sollten wie ein eigenständiges Unternehmen betrachtet und geführt werden. Dies ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor der Systeme.

Hierzu sollte eine zentrale Koordinationsstelle bzw. ein starkes Team mit Kümmerern eingerichtet werden. Dieses ist sowohl für den Betrieb (z.B. Kommunikation mit den Leistungsträgern), als auch für die Weiterentwicklung der Karte zuständig zu machen. Neben den finanziellen Mitteln zur Bestellung des Teams müssen auch die Kosten für die ausgewählte Hardware kalkuliert werden.

### Infobox: Organisation und Personal am Beispiel der HochschwarzwaldCard

Das Team für die Einführung und den Betrieb der HochschwarzwaldCard besteht aus fünf Mitarbeitern, von denen drei mit der ständigen Betrieb (Systembetrieb, Partnerbetreuung, Abrechnung etc.) und zwei mit der stetigen innovativen Weiterentwicklung der Karte (Entwicklung neuer Leistungen, Entwicklung neuer Funktionen, Gewinnung neuer Partner etc.) beauftragt sind. Ca. 20% der Umsatzerlöse des Kartensystems werden für kontinuierliche Marketingmaßnahmen und die Weiterentwicklung der Karte eingesetzt.

## **Rechtliche Rahmenbedingungen, Rechtssicherheit, Datenschutz und Verantwortung**

Grundsätzlich ist – wie dargestellt – eine Verknüpfung des Meldescheinwesens und der Kur-, Gästebbeitrag-Kurabgabe-Kurtaxe mit Kur- und Gästekartensystemen abgesichert möglich und sinnvoll. In der Praxis entspricht dies dem Regelfall. Wichtig ist zu wissen, dass die Verantwortung zur Einhaltung der datenschutzrechtlichen Bestimmungen vom jeweiligen Systembetreiber (z.B. Betreibergesellschaft) getragen und zugesichert werden muss. Der jeweilige Systemanbieter hat hierbei eine Hinweis- und Garantiepflicht.

Datenschutzrechtlich komplex wird die Verknüpfung beider Systeme, wenn die Kur- und Gästekarte dem Gast zusätzliche individuelle Leistungen bieten soll, was bei digitalen Kur- und Gästekarten dem Regelfall entspricht. Hierfür empfehlen Systemanbieter, ein in sich geschlossenes separates System für das Meldescheinwesen und die Kurbeitragsabwicklung auf der einen Seite sowie die Gästekartenmehrwerte auf der anderen Seite zu nutzen.

Diese technische und operative Trennung der Daten erfolgt rein auf der Systemebene. Der Gast erhält „eine Karte für alles.“ Die dahinterstehenden Finanz- und Organisationsabläufe brauchen ihn nicht zu interessieren.

Technisch ist dies leicht umsetzbar und bleibt somit vor allem eine Frage des richtigen Anbieterbriefings und der Datensicherheit, welche der jeweilige Anbieter der Karte gewährleisten muss. Mit einer Verfahrensbeschreibung sichern sich die Systemanbieter ebenfalls gegen Datenmissbrauch ab.

**Auch bei digitalen Kur- und Gästekarten gilt: „Viel wichtiger als die Daten selbst, sind die Ideen, diese sinnvoll zu nutzen.“**

### **Infobox: Erfassung von Individual- und Strukturdaten**

Die erfassten Daten digitaler Kur- und Gästekartensysteme werden in Individual- und Bewegungs-/Strukturdaten unterschieden.

**Individualdaten** werden durch den (digitalen) Meldeschein generiert, diese werden jedoch ausschließlich anonymisiert an das eingesetzte Card-System weitergegeben. Für das Meldescheinwesen ist deren zwingende Datenvernichtung nach einer rechtlich festgeschriebenen Speicherzeit vorgeschrieben.

**Anonymisierte Bewegungs-/Strukturdaten** werden von Gästen durch die Nutzung der (digitalen) Gästekarte generiert, z.B. durch die zugehörige App, Eingangskontrollen, Nutzung von Kassensystemen, Drehkreuze und viele weitere Anwendungen. Das System kann beispielsweise anonymisiert erfassen, über welche Angebote sich Gäste mit der App wann informieren, wann und wie lange die Therme von welchen Zielgruppen besucht wird und in welchen Restaurants bevorzugt am Abend Tische reserviert werden. Auch **Gesundheitsdaten** können so erfasst und verarbeitet werden.

Aus diesen anonymisierten Daten können Nutzer-, Bewegungs- und Interessenprofile entwickelt werden. In Verbindung mit weiteren Kundendaten aus verwendeten CRM-Systemen können dann z.B. passgenaue Marketingmaßnahmen oder optimale Leistungsangebote für eine bestimmte Zielgruppe entwickelt werden.

### **Finanzielle Aspekte und Dauer der Umsetzung von „Digitalen Kur- und Gästekarten“**

Gerade in den Heilbädern und Kurorten ist die Vereinnahmung des Kur-/Gästebeitrags, der Kurabgabe, der Kurtaxe oftmals direkt an die Gästekarte gekoppelt. Die Karte bildet dann den „Quittungsbeleg“ für die Zahlung der Kurtaxe.

Eine von dieser Funktion völlig losgelöste, eingehendere Betrachtung der Möglichkeiten der Finanzierung der Karte wird erforderlich, wenn die Karte dem Gast freien Eintritt und andere Vergünstigungen einräumen soll und für die Karte umfassende Marketingmaßnahmen durchgeführt werden sollen.

Für die Umsetzung digitaler Kur- und Gästekarten mit einem ausgeweiteten Leistungsangebot sind unterschiedliche Geschäftsmodelle grundsätzlich denkbar und in der Praxis erprobt, auf die im Folgenden beispielhaft eingegangen wird. Wie immer gilt auch hier, dass zunächst das Ziel des Kartensystems festgelegt werden muss, um darauf aufbauend das passende Geschäftsmodell zu wählen.

#### **Folgende Varianten sind denkbar:**

- Umlagefinanzierte Kartensysteme
- Kartensysteme mit Gästefinanzierung
- Kartensysteme als Mischmodelle

Zunehmende Verbreitung in touristischen Destinationen erfahren insbesondere umlagefinanzierte Kartensysteme. Bei diesen Systemen erhält der Gast die Gästekarte mit allen inkludierten Leistungen beim Check-In im Beherbergungsbetrieb kostenfrei. Der Gastgeber zahlt für jeden Gast pro Übernachtung eine Umlage für diesen in den „Topf“ des Kartensystems (in einer gängigen Bandbreite von ca. 3,00 Euro bis 5,50 Euro pro Übernachtung). Aus diesem Topf wird nach einem vertraglich vereinbarten und transparenten Schlüssel an alle beteiligten Leistungsanbieter ein großer Teil der Umsatzerlöse ausgeschüttet. Betriebs-, Marketing-, Personal- und Innovationskosten werden ebenfalls durch die generierten Umsätze abgedeckt.

Dem Gastgeber steht es selbstverständlich frei, die Kosten pro Person und Nächtigung verdeckt über den Beherbergungspreis an den Gast weiterzugeben. Dies entspricht dem Regelfall. Dieses gemeinsam getragene System zeichnet sich insbesondere durch den großen, vom Gast wahrgenommenen Mehrwert der kostenfreien Nutzung zahlreicher Angebote vor Ort aus. Der Gast erhält und bewertet diese Karte als „Geschenk des Gastgebers und der Destination“. Da der Gast die Mehrwertkarte in der Regel aktiv vom Gastgeber einfordert, zeigen sich auch bei der Meldemoral von Beherbergungsbetrieben positive Effekte für Orte mit entsprechenden Systemen. Verlässlichere Auslastung und -steigerungen bei teilnehmenden Leistungsanbietern sind ein dritter bedeutender Effekt dieses Geschäftsmodells.

Doch auch die ausschließliche Gästefinanzierung z.B. in Form einer Kaufkarte ist als Geschäftsmodell für Kur- und Gästekartensysteme möglich. „Kaufkarte“ bedeutet, dass der Gast die Karte mit fixen inkludierten Leistungen und Rabatten zu einem festgelegten Preis vor Ort, z.B. in der Kurverwaltung/Touristinformation oder bei den beteiligten Leistungsträgern, erwerben kann. Das System erfordert die aktive Entscheidung des Gastes zum Kauf der Karte. In der Praxis zeigen entsprechende Systeme eine geringere Verbreitung und Nachfrage als Umlagesysteme, da sie mit der Anforderung der aktiven Kaufentscheidung des Gastes eine zusätzliche Vertriebschürde enthalten. Den Anforderungen des Meldewesens muss bei dieser Variante ebenfalls ergänzend, z.B. durch eine einfache jedoch zusätzliche Karte als Quittung für den Gast, Rechnung getragen werden.

Über die beiden aufgezeigten Grundmodelle hinaus befinden sich ebenfalls Mischmodelle wie Umlagesysteme mit Zusatzangeboten, Gutschein- und Wertkarten, Bonusmodelle und weitere am Markt.

Gerade Mischmodelle wie die Umlagesysteme mit Zusatzangeboten sind für die Zukunft der digitalen Kur- und Gästekarten besonders interessant. Denn sie erlauben nicht nur die Aufbuchung ergänzender und individueller Gesundheitsleistungen auf eine Basiskarte (z.B. ergänzendes Personal-Training, ergänzende Ernährungsangebote). Als attraktive Marketing und Vertriebsplattform für die beteiligten Leistungsanbieter bieten sie den Orten auch eine ergänzende Refinanzierungsmöglichkeit durch individuelle Marketingbeiträge dieser Leistungsanbieter.

#### **Infobox: Investitionskosten**

Die Investitionssumme und Kosten für die erweiterte digitale Kur- und Gästekarte setzen sich im Wesentlichen aus der Bestellung des Teams, Kosten für die Hardware und Kosten für die Software zusammen. In Abhängigkeit vom gewählten Systeme, der eingebundenen Leistungsträgern und Gesundheitsakteuren können zudem Kosten bei der Herstellung von Schnittstellen zu diesen anfallen, die ebenfalls zu Beginn mit einzukalkulieren sind. Je nach gewähltem System liegen die erstmaligen Investitionskosten für ein System bei wenigen tausend Euro, können bei technisch komplexeren Lösungen jedoch auch mehrere hunderttausend Euro betragen. So lag die erstmalige Investitionssumme für die Einführung der HochschwarzwaldCard (850.000 Übernachtungen bei Einführung) bei 750.000 EUR. Die Kosten amortisierten sich innerhalb der ersten drei Jahre durch die Rückfinanzierung mit Hilfe der Umlage.

Bei der Auswahl beispielsweise einer reinen Kurkarte in Papierform ist mit einer weitaus niedrigeren Investition von ca. 10.000 Euro, je nach Umfang des Vorhabens zu rechnen.

Für die Planung und Umsetzung eines Kur- und Gästekartensystems muss, abhängig von der Größe- und Flächendeckung der Karte und der technischen Komplexität (einfaches System mit Papierkarte bis zur digitalen Kur- und Gästekarte, Anzahl der Beteiligten und zu überwindenden Schnittstellenproblematiken) eine Zeitdauer von mindestens einem Jahr bis hin zu 18 Monaten für größere Projekte in mehreren Phasen ab Beschlussfassung gerechnet werden.

**Fazit zur Entwicklung digitaler Kur- und Gästekarten durch die Einbindung von Gesundheitsdaten:**

Digitale Kur- und Gästekarten bieten umfassende Mehrwerte für Gäste, Gastgeber und Orte. Mit Blick auf die rasante Entwicklung im Gesundheitsbereich durch connected health stehen die heute bereits verfügbaren und praxiserprobten Systeme technologisch und funktional jedoch noch am Anfang. Durch den Einsatz beispielsweise digitaler KurCard-Apps sowie durch die Einbindung personalisierter Gesundheitsdaten der Nutzer in diese und die Integration digitaler Gesundheits- und Fitnessanwendungen werden die Heilbäder und Kurorte in Nordrhein-Westfalen in den nächsten Jahren immer neue und vielfältige Möglichkeiten der Angebotsgestaltung, des Vertriebs und der Kundenbindung bis in deren Alltag hinein entwickeln.

Gastgeber, Leistungsanbieter und Orte werden in der Lage sein, dem Gast auf Basis seiner individuellen Daten jederzeit und überall genau das zu bieten, was er in diesem Moment braucht und möchte – sie werden Teil eines persönlichen Gesundheits- und Wohlfühlmanagements. Wiederholungseffekte werden für Gastgeber und Gesundheitsanbieter leichter realisierbar. Für die Heilbäder und Kurorte in NRW und ihre Betriebe ergeben sich hierdurch vielfältige Optionen, die Bindung an die Lebens- und Alltagswelten der Gäste und Einheimischen zu stärken und weiter auszubauen.

Diese bevorstehenden Entwicklungen, ihre Chancen und neuen Möglichkeiten sollten die Heilbäder und Kurorte in NRW bereits heute Schritt für Schritt aufgreifen und somit zu innovativen Treibern der digitalen Transformation im Gesundheitstourismus werden.

## 6. Checkliste: Was ist zu beachten – von der Initiierung bis zum Betrieb

Der Prozess zur Einführung einer digitalen Kur- und Gästekarte in Ihrem Ort lässt sich grundsätzlich in sieben Phasen unterteilen. Hierbei stellt sich zunächst auch die Ausgangsfrage, ob über ein System auch der Kur-/Gästebeitrag, Kurabgabe, Kurtaxe mit abgewickelt und das Meldewesen mit der Gästekarte verknüpft werden soll. Abhängig davon und vom individuellen Entwicklungsstand in einem Ort sollten die nachfolgenden Fragen beantwortet werden, um den jeweils nächsten Entwicklungsschritt vorzubereiten. Das vorliegende Praxishandbuch hilft dabei. Auch die Gesundheitsmanager der Projektpartner sowie die beteiligten Experten der Informations- und Netzwerkveranstaltung zum Thema „Digitale Kur- und Gästekarte“ vom 6.10.2017 in Bad Salzuflen unterstützen gerne in der Beantwortung Ihrer Fragen und der Umsetzung Ihres Vorhabens.

### Phase 1: Grundorientierung

Projektziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Welches Ziel soll mit einer digitalen Kur- und Gästekarte verfolgt werden?</li> <li>• Was soll die digitale Kur- und Gästekarte leisten (Stichwort: Integration des Meldewesen)?</li> <li>• Welches Problem wollen wir für unsere Gäste mit diesem zukünftigen Angebot lösen?</li> </ul>
Bestehende Systeme	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wohin soll sich die digitale Kur- und Gästekarte kurz-, mittel- und langfristig entwickeln?</li> <li>• Welche Bedeutung haben in diesem Zusammenhang der Kur-/Gästebeitrag, die Kurabgabe, die Kurtaxe und das Meldewesen für unseren Ort?</li> <li>• Gibt es bereits Systeme oder Prozesse, die es zu optimieren gilt?</li> <li>• Welche bestehenden Systeme gibt es bereits in den Nachbargemeinden oder auf regionaler Ebene?</li> <li>• Bestehen gegebenenfalls Anschlussmöglichkeiten?</li> </ul>

### Phase 2: Bedarfsanalyse

<p>Bedürfnisse der Anspruchsgruppen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Was ist der Produktkern des touristischen Produktes Kur- und Gästekarte? Welchen Wert transportieren wir damit?</li> <li>• Welcher Bedarf besteht im Ort aus Sicht der örtlichen Anspruchsgruppen und Akteure (Gäste, Patienten, Einwohner, Leistungsanbieter aus Gesundheit und Freizeit, Beherbergungsbetriebe, Kurverwaltung, städtische Verwaltung, Politik ...) mit der Einführung einer digitalen Kur- und Gästekarte?</li> <li>• Welcher weitere Bedarf kann mit der Einführung eines Systems geweckt und befriedigt werden?</li> </ul>
<p>Kernfunktionen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wird auch eine Modernisierung im Gästebeitrags- und Meldewesen angestrebt, oder soll eine autarke Gästekarte eingeführt werden?</li> <li>• Welche Lücken bestehen in der touristischen Leistungskette (z.B. Informationsversorgung vor und während des Aufenthalts, Leistungen und Services während des Aufenthalts, wie z.B. kostenlose oder vergünstigte ÖPNV-Nutzung, WLAN-Versorgung, Kundenbindung nach dem Aufenthalt)?</li> </ul>

### Phase 3: Machbarkeitsanalyse

<p>Einzellösung oder Kooperation</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie viele Übernachtungen verzeichnet unser Ort heute und perspektivisch und wird eine kritische Masse an Übernachtungen, die die Anschaffung eines Systems rechtfertigt (Beispielsweise 35 000 ÜN), dauerhaft erreicht?</li> <li>• Ist die Einführung eines eigenen Systems sinnvoll?</li> <li>• Bestehen gegebenenfalls Kooperationsmöglichkeiten mit Nachbargemeinden zur Neueinführung eines Systems?</li> </ul>
<p>Leistungseinbindung</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Welche Erwartungshaltung haben unsere Gäste zu speziellen Leistungen einer digitalen Kur- und Gästekarte und wen wollen wir unbedingt zu Bereitstellung dieser Leistungen gewinnen?</li> <li>• Zeigen die wesentlichen Leistungsanbieter und Beherbergungsbetriebe Bereitschaft zur Einführung...             <ul style="list-style-type: none"> <li>• ... eines elektronischen Meldewesens und eines optimierten Kur-/Gästebeitrags, Kurabgaben-, Kurtaxen-Abrechnung?</li> <li>• ... einer digitalen Kur- und Gästekarte?</li> </ul> </li> <li>• Kann durch gezielte Maßnahmen/Akzeptanzmanagement diese Bereitschaft weiter gesteigert werden?</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Welche Leistungen sollen insgesamt in eine digitale Kur- und Gästekarte eingebunden werden?</li> <li>• Welche Leistungen sind erfolgsentscheidend und müssen unbedingt enthalten sein?</li> <li>• Besteht die Möglichkeit, das Leistungsspektrum nachträglich zu erweitern?</li> </ul>
<p>Systemkosten und -finanzierung</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Welche Kosten sind mit Einführung eines elektronischen Meldescheins und einer digitalen Kur und Gästekarte verbunden (Systemkosten zur einmaligen Einrichtung und dauerhafter Betrieb, Personalkosten)?</li> <li>• Auf welche Finanzierungsmöglichkeiten und Budgets kann der Ort zugreifen?</li> <li>• Muss das System sich von selbst tragen?</li> <li>• Mit welchem Geschäftsmodell soll der dauerhafte Betrieb der digitalen Kur- und Gästekarte gewährleistet werden?</li> <li>• Welche betriebswirtschaftlichen Effekte lassen sich für die beteiligten Leistungsanbieter erwarten?</li> <li>• Welche volkswirtschaftlichen Effekte lassen sich für den Ort insgesamt erwarten?</li> <li>• Mit welchem Geschäftsmodell soll der dauerhafte Betrieb der digitalen Kur- und Gästekarte gewährleistet werden?</li> </ul>
<p>Organisation und Systembetrieb</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wer ist der Träger, der Kümmerer und der Treiber bzw. das Team hinter der digitalen Kur- und Gästekarte?</li> <li>• Welche technischen und Qualifizierungsvoraussetzungen müssen bei allen Beteiligten hergestellt werden?</li> <li>• Wie wird der Betrieb der Karte organisiert?</li> </ul>

#### Phase 4: Ausschreibung

Leistungen und Auswahlkriterien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Welche Leistungen sollen konkret ausgeschrieben werden und nach welchen Kriterien soll die Auswahl der Anbieter erfolgen?</li> </ul>
Anbieterwahl	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Welche Systemanbieter sind auf unsere speziellen Anforderungen spezialisiert und haben Erfahrungen bzw. etablierte Systeme?</li> <li>• Mit welchen Systemanbietern bestehen eventuell auf regionaler Ebene bereits Rahmenverträge?</li> <li>• Welche Erweiterungsmöglichkeiten und Schnittstellen bieten die Systeme?</li> <li>• Wie unterstützen Systemanbieter die Planung, Einführung, den dauerhaften Betrieb und die Weiterentwicklung der Systeme?</li> <li>• Welche relevanten Referenzen haben die jeweiligen Anbieter vorzuweisen?</li> </ul>

#### Phase 5: Konzeptausarbeitung und –verfeinerung

Konzeptverfeinerung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie funktioniert die Finanzierung und Umsetzung der digitalen Kur- und Gästekarte im Detail?</li> <li>• Welche Umsetzungsschritte sind erfolgskritisch?</li> <li>• Mit welchen Umsetzungsschritten starten wir?</li> <li>• Wie sieht der Zeit- und Ablaufplan zur Systemeinführung der digitalen Kur- und Gästekarte aus?</li> <li>• Wann startet der Regelbetrieb der digitalen Kur- und Gästekarte?</li> </ul>
Erfolgscontrolling	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie sichern wir den langfristigen wirtschaftlichen Betrieb der digitalen Kur- und Gästekarte ab?</li> <li>• Wie soll das Erfolgscontrolling des Systems erfolgen?</li> </ul>

#### Phase 6: Roll Out

Umsetzung und Einführung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie werden die digitale Kur- und Gästekarte und gegebenenfalls das elektronische Meldescheinsystem im Detail eingeführt?</li> <li>• Welche Aufgaben kann die Kommune/ Kurverwaltung/ Touristinformation übernehmen, für welche Aufgaben muss auf den Systemdienstleister zurückgegriffen werden?</li> </ul>
--------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie und wann kann in einer Test- und Pilotphase die Funktionalität des Systems zunächst mit wenigen Leistungsanbieter und Gästen getestet werden?</li> <li>• Ist eine schrittweise Einführung mit stetiger Erweiterung oder eine vollständige Einführung mit allen Leistungsanbietern auf einmal vorgesehen?</li> </ul>
Qualifizierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Welches Personal steht uns beim Roll-out zur Verfügung?</li> <li>• Welcher Train-the-Trainer-Schulungsbedarf besteht? Muss hierbei auf externe IT-Dienstleister zurückgegriffen werden?</li> <li>• Welcher Schulungsbedarf besteht auf den Ebenen Destination/Verwaltung, Beherbergungsbetriebe und Leistungsanbieter?</li> <li>• Welche technischen Rahmenbedingungen liegen bei den verschiedenen Akteuren vor?</li> <li>• Wo sind gegebenenfalls Schnittstellen zu bestehenden Infrastrukturen (Hotelprogramme/ Reservierungssysteme, Kassensysteme, Drehkreuze etc.) zu schaffen?</li> </ul>
Probleme im Systembetrieb	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie reagieren wir auf Störungen und Probleme?</li> </ul>

### Phase 7: Evaluierung, Optimierung und Systemausbau

System-evaluierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mit welcher Struktur und Systematik gewährleisten wir die ständige Weiterentwicklung des eingeführten Systems?</li> <li>• Wie und wann evaluieren wir regelmäßig den Erfolg des eingeführten Cardsystems?</li> <li>• Welche Systeminformationen können wir hierfür verwenden?</li> <li>• Wie werten wir die gewonnenen Daten aus, wie leiten wir hieraus Erkenntnisse ab und wie verwenden wir diese zur Weiterentwicklung systematisch</li> </ul>
System-optimierung und -innovation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Über welche weiteren Marktforschungsdaten und Informationen verfügen wir und wie können wir diese nutzenstiftend zur Systemoptimierung und –weiterentwicklung einbringen?</li> <li>• Welche Stakeholder binden wir auf welche Weise in die ständige Weiterentwicklung des Systems ein?</li> <li>• Wie sichern wir die Finanzierung stetiger Systeminnovation von Beginn an ab?</li> </ul>

## 7. Ihre Ansprechpartner/-innen

Sie haben weitere Fragen zu den Möglichkeiten und zur Umsetzung digitaler Kur- und Gästekartensysteme in Ihrem Heilbad oder Kurort? Gerne stehen Ihnen folgende Ansprechpartner/-innen der Projektpartner zur Verfügung.

	<p><b>Tourismus NRW e. V.</b>                  Christiane Wipperfürth-Braun                  Produktmanagerin Gesundheit                  Völklinger Straße 4                  40219 Düsseldorf</p>	<p>Tel. 0211 91 32 05 22                  Fax 0211 91 32 05 55                  wipperfueth@nrw-tourismus.de                  www.dein-nrw.de                  www.touristiker-nrw.de                  www.nrw-gesund.info</p>	
	<p><b>Tourismus NRW e. V.</b>                  Linn Bach                  Projektassistentin Gesundheit                  Völklinger Straße 4                  40219 Düsseldorf</p>	<p>Tel. 0211 91 32 05 57                  Fax 0211 91 32 05 55                  bach@nrw-tourismus.de                  www.dein-nrw.de                  www.touristiker-nrw.de                  www.nrw-gesund.info</p>	
	<p><b>Gesundheitsagentur NRW GmbH als Tochter des NRW Heilbäderverbandes</b>                   Achim Bädorf                  Geschäftsführer                  Kölnerstraße 13                  53902 Bad Münstereifel</p>	<p>Tel. 02553 5 44 6 88                  Fax 02553 5 44 6 90                  info@gesundheitsagentur-nrw.de                  www.gesundheitsagentur-nrw.de                  www.nrw-gesund.info</p>	
	<p><b>Gesundheitsagentur NRW GmbH als Tochter des NRW Heilbäderverbandes</b>                   Chris Geusen                  Gesundheitsmanager                  Kölnerstraße 13                  53902 Bad Münstereifel</p>	<p>Tel. 02553 5 44 6 88                  Fax 02553 5 44 6 90                  info@gesundheitsagentur-nrw.de                  www.gesundheitsagentur-nrw.de                  www.nrw-gesund.info</p>	

	<p><b>Sauerland-Tourismus e. V.</b> Sabine Risse Themenmanagerin Wandern und Gesundheit Johannes-Hummel-Weg 1 57392 Schmallenberg</p>	<p>Tel. 02974 96 98 85 Fax 02974 96 98 33 sabine.risse@sauerland.com www.sauerland.com www.nrw-gesund.info</p>	
	<p><b>Teutoburger Wald Tourismus Fachbereich der OstWestfalenLippe GmbH</b> Britta Zesch Gesundheitsmanagerin Turnerstraße 5-9 33602 Bielefeld</p>	<p>Tel. 0521 9 67 33 184 Fax 0521 9 67 33 19 b.zesch@teutoburgerwald.de www.teutoburgerwald.de www.nrw-gesund.info</p>	

## Impressum

### Herausgeber

Tourismus NRW e.V.

Völklinger Str. 4

40219 Düsseldorf

Tel.: 0 211 91320-500

Fax: 0 211 91320-555

[info@nrw-tourismus.de](mailto:info@nrw-tourismus.de)

[www.dein-nrw.de](http://www.dein-nrw.de)

Vertetungsberechtigter Vorstand: Olaf Offers

Geschäftsführung: Dr. Heike Döll-König

Amtsgericht: Düsseldorf

Vereinsregisternummer VR:10493

V.i.S.d.P. und Verantwortlicher gem. §55 Abs. 2 Rundfunkstaatenvertrag:

Markus Delcuve

Völklinger Straße 4,

40219 Düsseldorf

### Fachliche Beratung und Redaktion

PROJECT M GmbH - Büro Hamburg

Gurlittstraße 28

D- 20099 Hamburg

E-Mail: [info@projectm.de](mailto:info@projectm.de)

Internet: [www.projectm.de](http://www.projectm.de)

### Fotos / Copyrights

Tourismus NRW e.V., pixabay, AVS

### Stand

November 2017

### Hinweise zur Verwendung des Praxishandbuchs

Nachdruck – auch auszugsweise – und Nutzung von Abschnitten zu gewerblichen Zwecken bedürfen ausdrücklich der schriftlichen Genehmigung des Herausgebers. Die Nennung der Quelle ist unbedingt erforderlich. Belegexemplare erbeten.