

*Bad Salzuflen –
mein Wohlfühlort.*



TourismusDIALOG

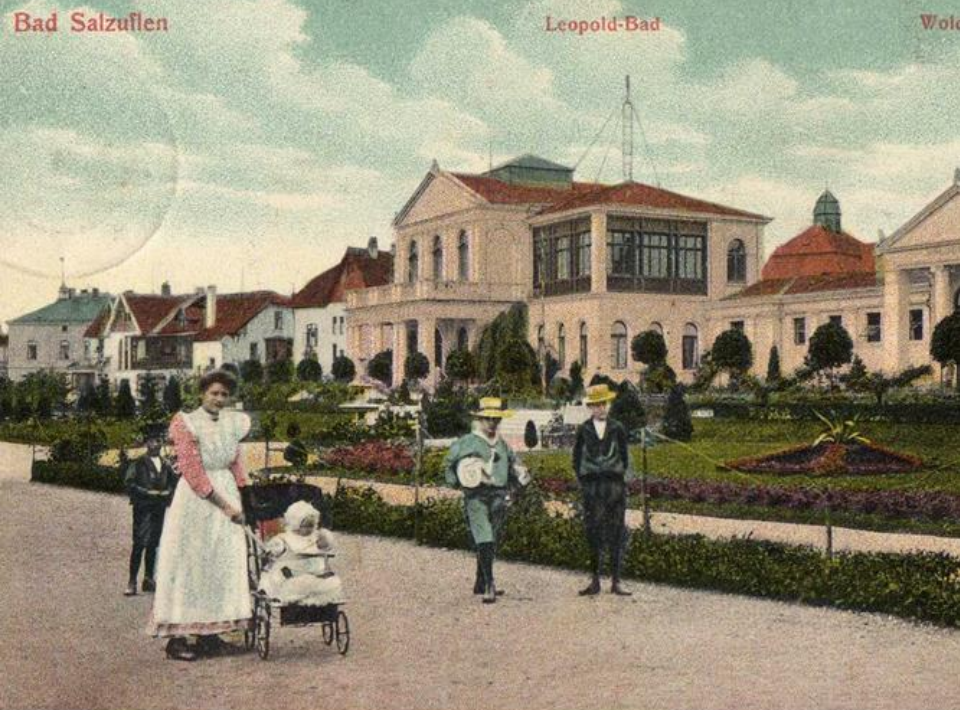
Alexander Bleifuß

12. November 2025



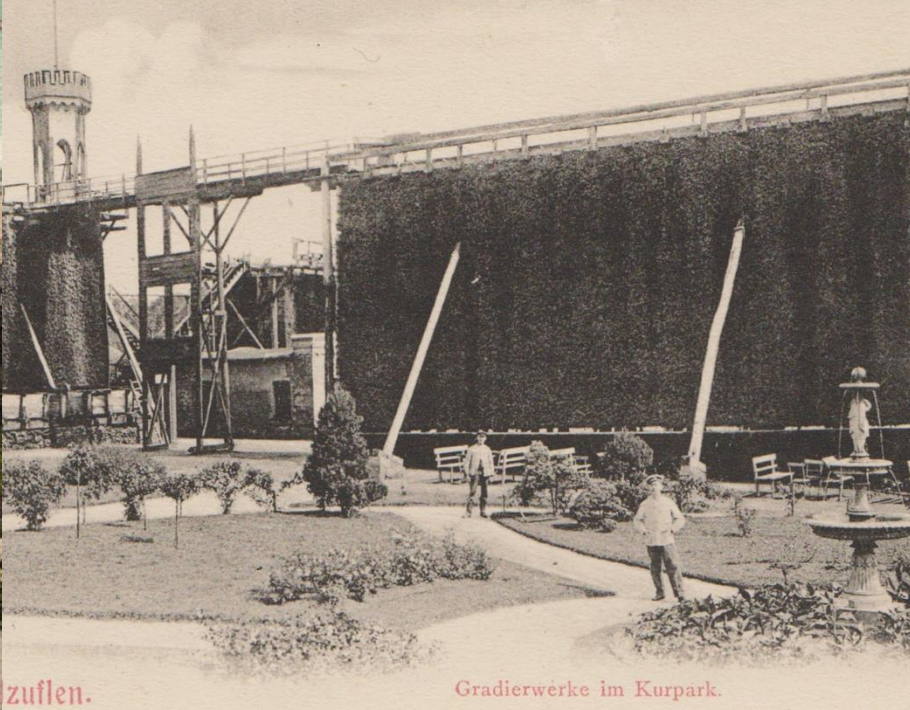
BAD SALZUFLEN
LIPPISCHES STAATSBAD SEIT 1818

Bad Salzuflen



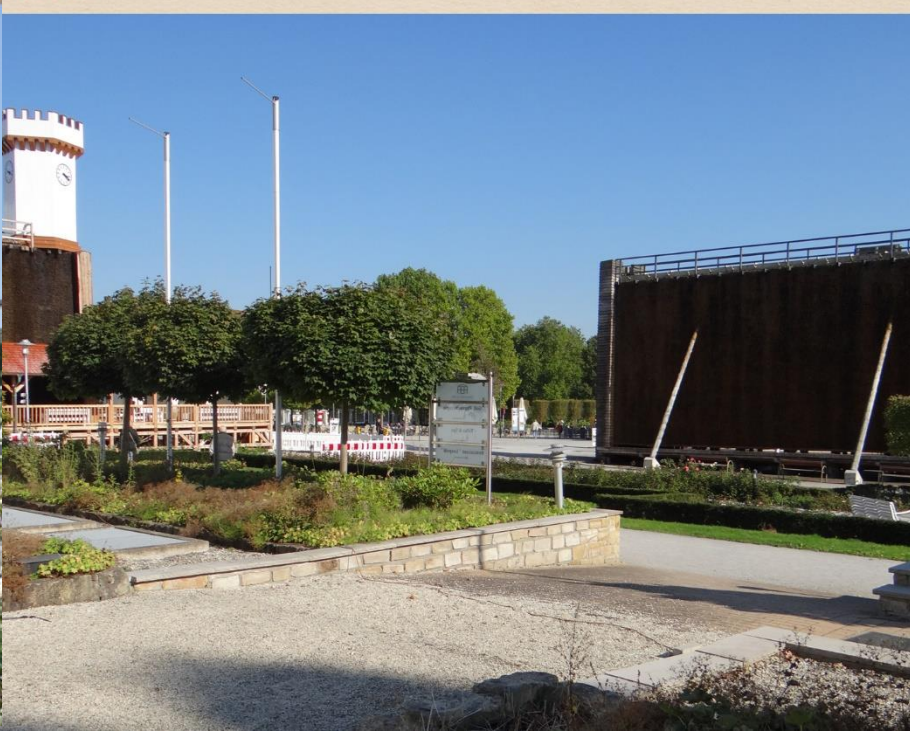
Leopold-Bad

Wolk



zuflen.

Gradierwerke im Kurpark.





BAD SALZUFLEN
LIPPISCHES STAATSBAD SEIT 1818

➤ 200 Jahre Bädertradition

➤ Projekte und Veränderungen





BAD SALZUFLEN
LIPPISCHES STAATSBAD SEIT 1818

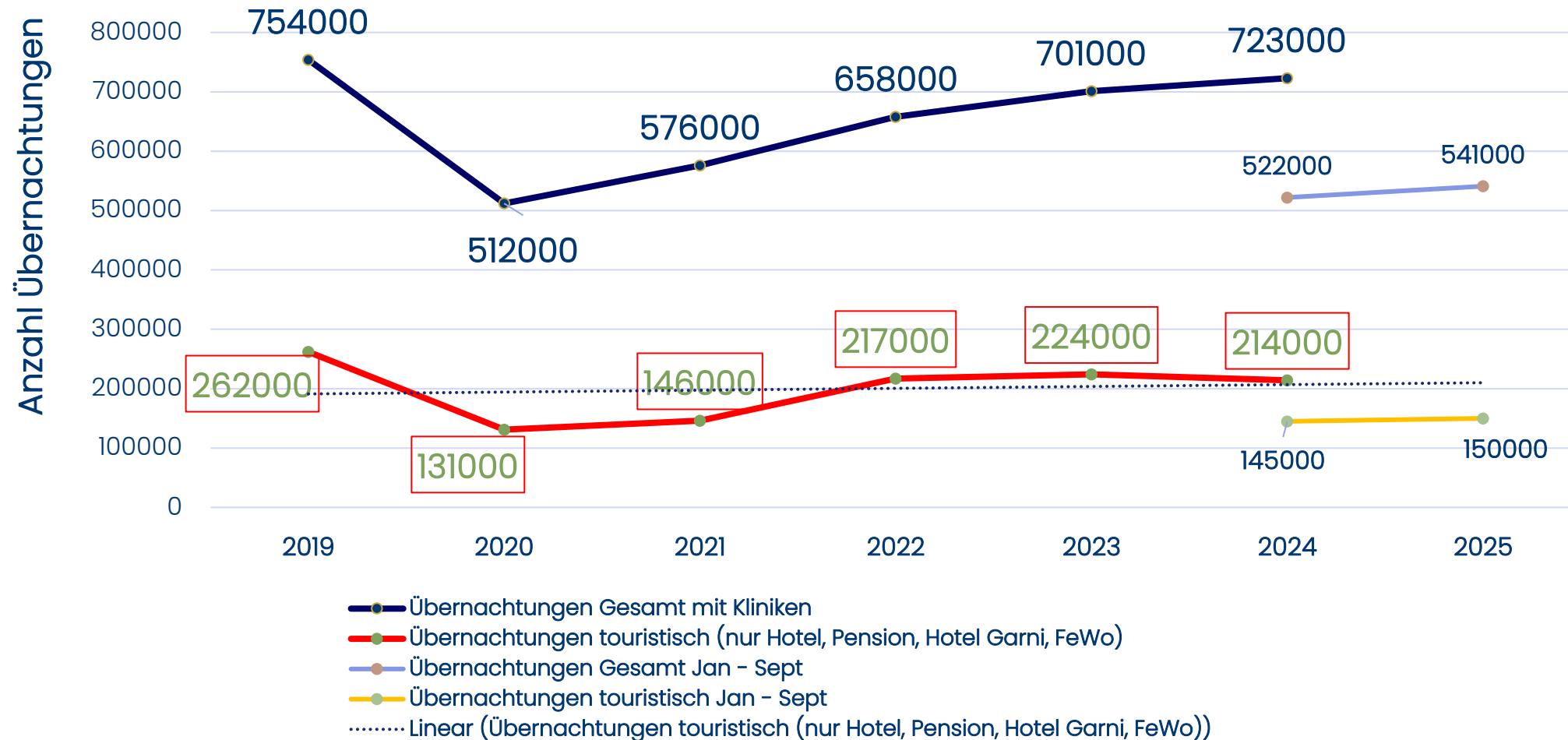
➤ Tradition trifft Moderne

➤ Staatsbad

➤ wirtschaftliche Relevanz

Übernachtungen

Datensatz aus Feratel
Januar bis Dezember 2019 – 2024



Beherbergungsstatistik im Vergleich

(ausgewählte Kurorte 2023 bzw 2024, ohne Destinationen, die auch Heilbad oder Kurort sind, aber einen anderen Zuschnitt haben wie Küstenorte, z.B. Norderney (ca. 4 Mio Übernachtungen))

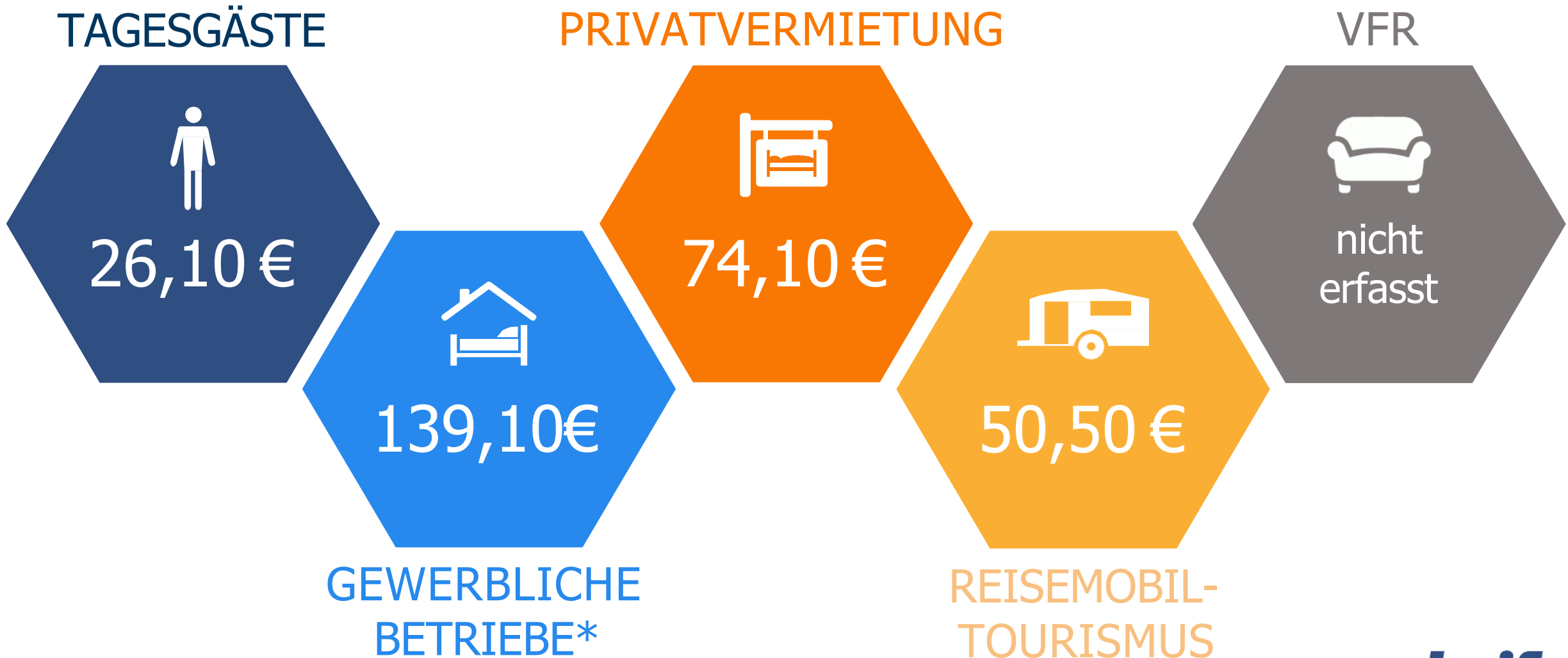
Ort	Ankünfte	Übernachtungen
Bad Füssing	310.000	2.010.000
Bad Kissingen	257.731	1.535.314
Bad Reichenhall	n.B.	969.274
Baden-Baden	390.377	947.319
...		
Bad Salzuflen	128.270	723.594
Bad Driburg	75.000	674.000
Bad Pyrmont	n.B.	649.133
Bad Wörishofen	136.226	581.995
Bad Sassendorf	98.000	500.000
...		



Bild: Staatsbad Salzuflen_Uhrenturm_S.Strothbäumer

WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS FÜR BAD SALZUFLEN 2019+2021

Ausgaben der Gäste vor Ort



Quelle: dwif 2024; *ohne Camping, inkl. Vorsorge- und Rehabilitationskliniken

183,9 Mio. €
Gesamtumsatz aus dem
Tourismus

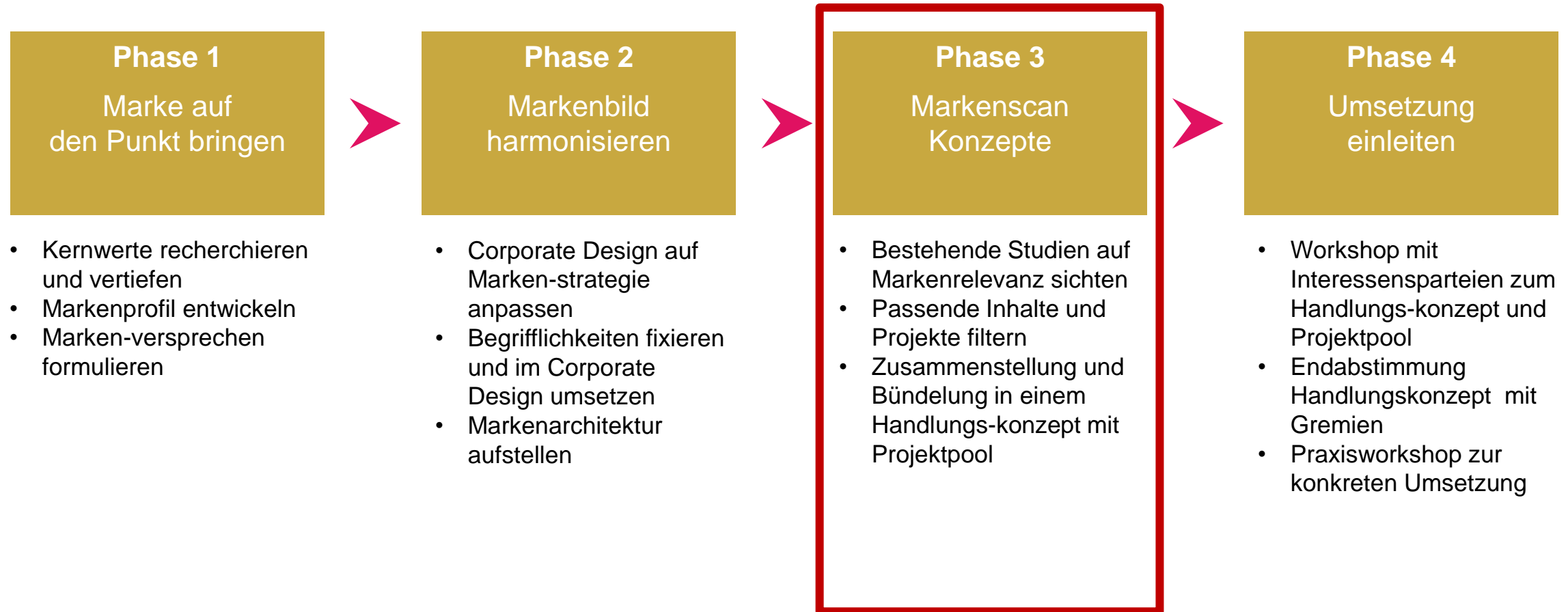
3.760
Personen,
die durch den
Tourismus ein
Ø-Primäreinkommen
(= 26.219,- € pro Kopf und Jahr)
beziehen könnten.



➤ Quantitatives und qualitatives Wachstum

➤ statt nur Marketing → Tourismusmanagement

Von der Idee zum Handlungskonzept





- Bestehende Studien auf Markenrelevanz sichten
- Passende Inhalte und Projekte filtern
- Zusammenstellung und Bündelung in einem Handlungs-konzept mit Projektpool

Die Projekte

Gesundheitsstandort und tour.-/ Kurinfrastruktur

- Masterplan Beherbergungsbetriebe
- Aufwertung Landschaftsgarten
- Ausbau Tagungs- und Veranstaltungsmanagement
- Weiterentwicklung Touristische Mobilität im Stadtgebiet
- Sicherung von Fachwissen und Geschichten zur Stadt Bad Salzuflen, Gradierwerken und weiteren Themen
- Stadtgeschichte erfahrbar machen

Kommunikation&Vertrieb

- Weiterentwicklung der SalzuflenCard
- Einführung CRM –Tool
- Gesundheits- und Tourismusnetzwerk mit Kommunikations- und Informationsplattform
- Neue und Zielgruppenspezifische Erlebnisse und Veranstaltungsformate + Ausbau der gesamtstädtischen Kooperation
- Produktentwicklung und Kampagne für die jüngere Generation
- Ent- bzw. Weiterentwicklung Kundenbindungsmaßnahmen mit MeinS

Marke

- Harmonisierung der Gesundheits- & Tourismusmarke „Bad Salzuflen“
- Imagekampagne für Bad Salzuflen
- Begriff Staatsbad detaillieren und mit Leben füllen/sichtbarmachen

Sole, Salz, Kneipp

- Sichtbarkeit der Kernkompetenz Salz & Sole steigern 2.0
- Schaffung und Vermarktung von Kneipp-Angeboten und zeitgemäße Vermittlung dieser Angebote

Weiteres

- Touristisches Baustellenmarketing
- Gesundheitscampus Bad Salzuflen
- Optimierung der Gradierwerke
- Smarte Nachsorge

Die aktuellen Projekten 2025/2026

Gesundheitsstandort und tour.-/ Kurinfrastruktur

- Masterplan Beherbergungsbetriebe
- Aufwertung Landschaftsgarten
- Ausbau Tagungs- und Veranstaltungsmanagement
- Stadtgeschichte erfahrbar machen

Marke

- Harmonisierung der Gesundheits- & Tourismusmarke „Bad Salzuflen“
- Imagekampagne für Bad Salzuflen
- Begriff Staatsbad detaillieren und mit Leben füllen/sichtbarmachen

Kommunikation&Vertrieb

- Weiterentwicklung der SalzuflenCard
- Einführung CRM –Tool
- Neue und Zielgruppenspezifische Erlebnisse und Veranstaltungsformate + Ausbau der gesamtstädtischen Kooperation
- Ent- bzw. Weiterentwicklung Kundenbindungsmaßnahmen mit MeinS

Sole, Salz, Kneipp

- Sichtbarkeit der Kernkompetenz Salz & Sole steigern 2.0
- Schaffung und Vermarktung von Kneipp-Angeboten und zeitgemäße Vermittlung dieser Angebote

Masterplan Beherbergungsbetriebe

was ist das Ziel?

- das Beherbergungsangebot in Bad Salzuflen strategisch steuern und an die Bedürfnisse von Gästen, Betrieben und Stadtentwicklung anzupassen
- ein Beherbergungsangebot sichern und das Qualitätsniveau der Angebote auf die Erwartungen der Gäste abstimmen
- organisches Bettenwachstum



was passiert?

- Analyse und Bedarfsermittlung
- Standortbewertung und Konzeptentwicklung
- Ergebnisse 1.Q 2026

Aufwertung Landschaftsgarten

was ist das Ziel?

- Aufwertung der Aufenthaltsqualität inkl. Barrierefreiheit
- Aufwertung der Informationen
- Schaffung von Angeboten zur Steigerung der Vitalität

was passiert?

- Projektantrag Kneipp-Erlebniswelt
- laufend Überprüfung Aufenthaltsqualität
- perspektivisch barrierefreie Wanderweg



Aufbau Tagungs- und Veranstaltungsmanagement

was ist das Ziel?

- B.S. mit dem modernisierten Kurhaus und Gesundheitscampus als vitalen Tagungsort für MICE mit nationaler Strahlkraft etablieren
- Größere Tagungen zu passenden Themen (Kneipp, Ärzte, Kur...) finden in Bad Salzuflen statt
- Solide & ansteigende Auslastung des neuen Kurhauses

was passiert?

- Eröffnung Kurhaus am 25. Oktober 2025
- Zielgruppen für MICE herausarbeiten (Art, Größe und Themen der Konferenzen, Veranstaltungen etc)
- USPs herausarbeiten (zb einmaliger Dreiklang aus Wohlfühlstadt, Gesundheitsstandort und modernem Tagungsort)
- Lokale Kooperationspartner*innen einbinden
- Gezielte Akquirierung potentieller Veranstalter:innen mit gesundheitlichem Themenschwerpunkt
- Aufbau internes Tagungsmanagement



Stadtgeschichte erfahrbar machen

was ist das Ziel?

- Erlebarmachung der Stadtgeschichte Bad Salzuflen für Einwohner:innen sowie Touristen
- Einführung auch neuer Edutainment-Ansätze, um ein möglichst vielfältiges Angebot vorhalten zu können

was passiert?

- Heimatzeugnis: Digitale Stadtrundgänge sowie analoge Beschilderung im Stadtraum, Aufwertung des Stadtmodells in der Stadtgesch. Dauerausstellung
- Stadtführer Ausbildung: Ausbildung in Kooperation mit der VHS/ Stadtarchiv Bad Salzuflen und Etablierung um ein starkes Angebot
- Besondere Anlässe für Pop-up Ausstellungen wie z.B. 125. Jubiläum Bismarckturm, historische Begleitung zu weiteren Veranstaltungen wie Wanderungen, Festen etc.
- Ideenschmiede: Storytelling. z.B. Escape Game im Stadtraum mit historischen Themen oder Sehenswürdigkeiten: Ansprache eines jüngeren Publikums mit digitalen Nutzungsmöglichkeiten



Weiterentwicklung SalzuflenCARD

was ist das Ziel?

- Entwicklung eines Mehrwertsystem –sowohl für Gäste als auch die Einwohner Bad Salzuflens
- Verbindung möglichst vieler Leistungsanbieter in einem Netzwerk und systematischem Leistungsumfeld

was passiert?

- Etablierung SalzuflenCARD für Übernachtungsgäste, Einwohner, Tagesgäste und Unternehmen
- Datenlogik und Datenverwaltung im Zusammenspiel fertig und Nutzung SalzuflenCARD ist hergestellt
- Online-Verlängerung EinwohnerCARD eingeführt
- Weitere Leistungspartner gewinnen, um die Attraktivität deutlich zu erhöhen
 - neu: TAOASIS, Salzgrotte, Ausbau Nutzung Aktiv im Park/Aktiv im Winter
- zukünftig: Verknüpfung der SalzuflenCard / Meins auch für die Einheimischen
- zukünftig: Stadtgutschein der Händler soll integriert werden



Einführung CRM/Newsletter-Tool

was ist das Ziel?

- Aufbau einer Kunden- und Leistungsträger-Datenbank. Diese enthält als spezifische Informationen Stammdaten wie auch Transaktionsdaten (z.B. Verkaufsdaten), Profildaten (zur spezifischen Kennzeichnung und Klassifikation), Aktions- und Reaktionsdaten.
- Ziel: Entwicklung einer Entscheidungsgrundlage für ein Database Marketing zur zielgruppenorientierten Marktbearbeitung auf der Basis detaillierter Informationen zu den Kunden

was passiert?

- Die Anschaffung und Einrichtung des Tools ist bereits erfolgt.
- Erste Anwendungsfälle im Tourismus und Wirtschaftsförderung → B2B Newsletter Versand
- 2. Schritt: Nutzung für Endkundenansprache

TourismusDIALOG am 12. November 2025

BAD SALZUFLEN
LIPPISCHES STAATSBAD SEIT 1818



Neues aus dem Tourismus in Bad Salzufen

%Kasultation_gHrase%

Mit diesem Newsletter möchten wir Sie wieder über aktuelle Themen rund um den städtischen Tourismus informieren.

Wir sind glücklich auf ein neues Newsletter-System umgestiegen und haben Ihre Kontaktdaten in unseren Verzeichnissen übernommen. Deshalb erhalten Sie diesen Newsletter nun erstmals aus unserem neuen System und in einer neuen Design. Sollten Sie keine weiteren Informationen wünschen können Sie sich selbstverständlich jederzeit über den Abmelde-Link am Ende der E-Mail abmelden.

Ab 25. Oktober lädt das Stadtarchiv zur Ausstellung „Applaus! 125 Jahre Kurhaus Bad Salzufen“ ein

In dieser Woche ist es soweit: Das „Kurhaus der Zukunft“ öffnet seine Türen wieder – zunächst zum 125. Geburtstag erstreicht die gleichschichtige Innensicht in der Kurstadt. In neuem Glanz: Anlässlich dieses Ereignisses stellt das Stadtarchiv zur Ausstellung „Applaus! 125 Jahre Kurhaus Bad Salzufen“ in die Wandelhalle ein.



Ab kommenden Sonntag (25. Oktober 2025) bis zum 30. Januar 2026 erwartet die Besucherinnen und Besucher eine aktuelle Zeitscheibe durch die Vergangenheit. Das alte Fürstentum, die Weimarer Republik, die nationalsozialistische Diktatur und schließlich die neue Bundesrepublik Deutschland – jede Epoche hat ihre ganz eigene Beziehung zum traditionellen Gebäude im Kurpark. Die Wandelhalle hat täglich von 09 bis 18 Uhr geöffnet. Der Eintritt ist kostenfrei.

Kunst trifft Kneippi!

Die Innenstadt von Bad Salzufen ist jetzt um einige fabelhafte Blickänge reicher: Für Straßenszenen wurden in den vergangenen Wochen vom Grafikdesigner Mike Hellmann kreativ gestaltet. Die Motive greifen die fünf Säulen der Kneippischen Lebensphilosophie auf – von Wasser und Bewegung bis zu Ernährung, Heilpflanzen und Lebenserziehung. Zu sehen sind unter anderem ein Porträt von Sebastian Kneippi, ein stilisiertes Wasserretentions- und weitere Szenen, die an die Tradition unseres Kur- und Gesundheitsstandorts erinnern.

Die Standorte im Überblick:

- Langstraße / Ecke Dammstraße – Sebastian-Kneippi-Porträt
- Am Markt 5 – Bewegung / Fahrradfahren
- Dammstraße / Ecke Dammstraße – Gesunde Ernährung
- Dammstraße 10 – Heilpflanzen & Kräuter
- Langstraße 55 – Wasserretention

Die Kneippische Lehre – also Wasserheilung, Bewegung, Heilpflanzen, gesunde Ernährung und Leben in Balance – ist seit Jahrzehnten ein wesentlicher Bestandteil des Gesundheits- und Kurprofils von Bad Salzufen.

Mit den neu gestalteten Straßenszenen erhält dieses wichtige Element der Kurstadt nun sichtbare Präsenz in der Innenstadt – an Orten, die durch Bürgerinnen und Bürger sowie Besucherinnen und Besucher mit Leben gefüllt sind und durch diese farbenfrohen Highlights ein weiteres Strahlen bekommen haben.

Das Projekt wurde vom städtischen Fachdienst Tourismus, Marketing und Gesundheit begleitet und umgesetzt. Es steht für das Zusammenspiel von Tradition, Kreativität und dem besonderen Gesundheitsbewusstsein, das Bad Salzufen prägt.



Erlebnisgradierwerk bis zum 16. November geöffnet!

Die erlebnisgradierwerk Kurparkkassen endet regulär am 31. Oktober. Unser beliebtes Erlebnis-Gradierwerk ist dagegen noch bis zum 16. November für Besucherinnen und Besucher geöffnet. Die Tickets sind wie gewohnt an der besetzten Hauptkasse erhältlich.

Umzug der Leseecke in der Wandelhalle

Es gibt Bewegung in der Wandelhalle. Die beliebte Leseecke befindet sich ab sofort im Beginn der Hauptkassen, rechter Hand vom Haupteingang. Dort finden unsere städtischen Tages- und Wochenzeitungen sowie Magazine für entspannte Lesestunden.

Keine Kurkonzerte am 24. Oktober

Aus veranstaltungstechnischen Gründen finden ausnahmsweise am Freitag, den 24. Oktober 2025 keine Kurkonzerte statt. Wir bitten diesen Umstand zu beachten.

Her finden Sie das aktuelle Veranstaltungsbild "Was ist bei"

Das Team Tourismus sendet herzliche Grüße.

BAD SALZUFLEN
LIPPISCHES STAATSBAD SEIT 1818

Neue und Zielgruppenspezifische Erlebnisse und Veranstaltungsformate + Ausbau der gesamtstädtischen Kooperation

was ist das Ziel?

- Neue Angebote müssen sich unter den Erkenntnissen des Strategieprozesses wiederfinden, Markenkernwerte stilvoll erholungsbereich lebendig beachten
- Angebote für die wichtigen Zielgruppen, auch jüngere Zielgruppe

was passiert?

- Entwicklung neuer Veranstaltungsformate, auch mit Gesundheitsbezug, wie Kneipp-Tag
- Besondere Veranstaltung mit überregionaler Bedeutung → Nachtflohmarkt, weiteres in den kommenden Monaten
- Neue Gästeführungen für 2026 geplant
- Ideen: Belegung der Konzertmuschel auch für jüngeres Publikum – stilvolle Veranstaltungen wie englisches Gartenfest, Oldtimertreffen



Ent- bzw. Weiterentwicklung Kundenbindungsmaßnahmen mit MeinS

was ist das Ziel?

- Eine digitale Plattform entsteht, die ein individuell auf den Nutzer zugeschnittenes Programm, Inspirationen und Informationen enthält
- Die Anwendung soll das Aufenthaltspotential Bad Salzuflen möglichst ganzheitlich abbilden

was passiert?

- Weiterentwicklung der Anwendung MeinS für Gäste und Bürger:innen
 - Einführung für Einwohner geplant
 - bessere Nutzung von Push-Nachrichten, z.B. freie Plätze bei Stadtführungen
- Potenzielle integrierbare Leistungsbereiche wie Stadtgutschein liegen vor
- Leistungsträger:innen und Partner schulen wie ihre Leistungen in das System eingepflegt werden können, z.B. digitale Hausmappe der Unterkünfte
- verbesserte Kommunikation zur Bekanntmachung



Sichtbarkeit der Kernkompetenz Salz & Sole steigern

was ist das Ziel?

- Sichtbarkeit der Kernkompetenz Salz & Sole steigern basierend auf dem Erlebniskonzept
- Geschichten rund um Salz & Sole erzählen und erlebbar machen und die Relevanz für Bad Salzuflen verdeutlichen

was passiert?

- Storytelling rund um Salz & Sole (Gradierwerke, GesundWerk...), u.a. in Sozialen Netzwerken und Website („Must Do’s mit Salz“)
- stärkere Einbindung des „Maskottchens“ Ziege Line
- Kooperation mit lokaler Wirtschaft, z.B. gemeinsamer Vertrieb mit Handel und Dienstleistern
 - Kooperation mit Kosmetikhersteller/Salz-Shampoo
 - Kooperation mit TAOASIS/Salzufler-Duft
 - Kooperation mit einer Brauerei/Sole-Getränke
- Ideen:
 - Konzeption thematische (Rad- und Wander-) Wege, z.B. zu den Salzwiesen der Region
 - Machbarkeitsprüfung, ob Salzsieden wieder sichtbar gemacht werden kann
 - weitere Produkte mit Salz/Sole-Bezug



Schaffung und Vermarktung von Kneipp-Angeboten und zeitgemäße Vermittlung dieser Angebote

was ist das Ziel?

- Wertigkeit des Prädikats Kneipp-Heilbad in Angeboten sichtbar machen
- Nutzung des Gesundheits- und Lifestyle-Potentials von Kneipp

was passiert?

- Status Kneipp-Heilbad erreicht
- Informationsangebot ausgebaut auf Homepage und Print
- Werbepotential wird genutzt, z.B. Kneipp-Journal, Graffiti an Trafostationen
- Etablierung bzw Planung neuer Angebote/Veranstaltungen wie
 - Kneipp-Tag
 - Kneipp-Venen-Treppe
 - Kneipp-Kräuter am Wochenmarkt
 - Ausarbeitung Kneipp-Rallye für Familien
- Weitere Vernetzung mit Akteuren wie Kneipp-Verein, Kneipp-Bund, Kneipp-Coaches und Referenten
- Prüfung einer Kooperation mit einer „Kneipp-Kita“



Harmonisierung der Gesundheits- & Tourismusmarke

worum geht es?

- Herausarbeiten einer ganzheitlichen starken Marke „Bad Salzuflen“
- Einführung & Umsetzung (print & digital) der neuen Marke inklusive CD- Manual
- Überführung des neuen Markenauftritts in die Sichtbarkeit: Soft-Relaunch Website, Druckwerke, Out-of-Home, b2b-Kommunikation, Geschäftsausstattung
- Breite Kommunikation der Marke und Teilnahmemöglichkeiten

Begriff Staatsbad detaillieren und mit Leben füllen

worum geht es?

- Prädikatsbegriff „Staatsbad“ wird in das gesamtstädtische Auftreten und das touristische Marketing integriert
- Der Begriff vereint die nachweisbare Tradition als Kurort mit dem Exzellenzverständnis eines modernen Tourismus- und Gesundheitsstandorts
- Roll-Out des Signets zur Nutzung von Einzelhandel, Unterkünfte und Gastronomie

Image-Kampagne für die Zielgruppe Gäste

worum geht es?

- professionelle und nachhaltig gesteuerte Kampagne zum „Wohlfühlort“
- 360°: frische Media-Kampagne, Ausweitung des Merchandise-Bestandes, Wiedererkennung im Stadtbild
- Steigerung der Attraktivität für Einwohner:innen, Arbeitgeber:innen und -nehmer:innen sowie Tourist:innen und Kurgäste, Erhöhung des Bekanntheitsgrades und Identifikation mit Bad Salzuflen



***Bad Salzuflen –
mein Wohlfühlort.***

**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit.**



BAD SALZUFLEN
LIPPISCHES STAATSBAD SEIT 1818