

Inhalt

Vorwort	V	
1	Tourismus, Gesundheit, Wellness	1
1.1	Tourismus.....	1
1.1.1	Definitionsansätze zum Tourismusbegriff.....	2
1.1.2	Konstitutive Elemente des Tourismus.....	3
1.1.3	Arten und Formen des Tourismus.....	3
1.1.4	Der Tourismusmarkt in Zahlen.....	4
1.2	Gesundheit und Wellness.....	5
1.2.1	Definitionsansätze Gesundheit.....	7
1.2.2	Wellness – Entstehung und Ansätze der Entwicklung.....	8
1.2.3	Definitionsansätze des Wellness.....	11
1.2.4	Wellness Modelle.....	13
1.2.5	Determinanten und Mega Trends des Wellness.....	18
1.2.6	Wellness-Motive.....	23
1.2.7	Wirtschaftliche Einordnung von Gesundheit und Wellness.....	25
1.2.8	Wellness-Kuriositäten oder bald Wellness-Normalität.....	32
1.3	Abgrenzung Gesundheits- und Wellness-tourismus.....	38
1.3.1	Gesundheitstourismus.....	40
1.3.2	Wellnesstourismus.....	43
2	Grundlagen im Gesundheits- und Wellness-tourismus	45
2.1	Anbieter von Gesundheits- und Wellness-reisen.....	45
2.1.1	Gesamtleistungsträger – Reiseveranstalter.....	45
2.1.2	Einzelleistungsträger.....	59
2.2	Nachfrager von Gesundheits- und Wellness-reisen.....	85
2.2.1	Besonderheiten der Nachfrage von Gesundheits- und Wellness-reisenden.....	85
2.2.2	Abgrenzungen aus Sicht der Nachfrager.....	89
2.3	Die Rolle der Destination im Gesundheits- und Wellness-tourismus.....	95
2.3.1	Begriffsbestimmung Destination.....	95
2.3.2	Bedeutung/Besonderheiten und Rolle der Destination im Gesundheits- und Wellness-tourismus.....	98
2.3.3	Entwicklung der Gesundheits- und Wellness-destination.....	104

2.4	Interessensvertretung und Bildung im Gesundheits- und Welnesstourismus.....	110
2.4.1	Organisationen, Institutionen und Verbände.....	110
2.4.2	Aus-, Fort- und Weiterbildung im Gesundheits- und Welnesstourismus.....	124
3	Formen und Anwendungen im Gesundheitstourismus	135
3.1	Kurtourismus.....	137
3.1.1	Definitionsansätze Kur bzw. Maßnahmen am Kurort.....	137
3.1.2	Strukturen und Formen im Kursystem.....	138
3.1.3	Kompaktkuren.....	142
3.1.4	Bädersparten nach DHV.....	145
3.1.5	Wichtige Therapieformen (therapeutische Ansätze).....	147
3.1.6	Begriffsbestimmungen und Voraussetzungen für die Prädikatisierung von Kur- und Erholungsorten.....	151
3.2	Medical-Welnesstourismus.....	173
3.3	Patiententourismus.....	175
3.3.1	Ausprägungen Patiententourismus.....	176
3.3.2	Rolle der Krankenhäuser.....	179
3.3.3	Patientenhôtels.....	179
3.3.4	Kritische Würdigung des Patiententourismus.....	180
3.4	Anwendungen im Welnesstourismus.....	181
4	Marketing im Gesundheits- und Welnesstourismus	203
4.1	Produktentwicklung im Gesundheits- und Welnesstourismus.....	204
4.1.1	Produktmanagement, Leistungs- und Programmpolitik.....	205
4.1.2	Determinanten der Expansion der Quellgebiete.....	227
4.1.3	Rechtliche Aspekte der Produktentwicklung.....	229
4.1.4	Versicherungsrechtliche Absicherung eines Reiseveranstalters.....	241
4.1.5	Klassifizierungen und Zertifizierungen.....	243
4.2	Preis-/Kontrahierungspolitik.....	259
4.2.1	Preispolitik.....	260
4.2.2	Rabattpolitik.....	264
4.2.3	Liefer- und Zahlungsbedingungen.....	265
4.2.4	Absatzfinanzierung.....	265
4.3	Kommunikationspolitik.....	266
4.3.1	Werbung.....	267
4.3.2	Verkaufsförderung.....	269
4.3.3	Öffentlichkeitsarbeit.....	271
4.3.4	Sonstige Instrumente.....	272
4.3.5	Kommunikation ausgesuchter Gesundheits- und Wellnessveranstalter.....	275
4.4	Distributionspolitik.....	279
4.4.1	Vertriebsstrukturen und -methoden der Reiseveranstalter.....	280
4.4.2	Die Rolle und Funktionen der Intermediäre.....	284

4.4.3	Instrumente des Vertriebs.....	290
4.5	Sonstige Politiken.....	293
5	Gesundheit und Wellness in der Hotellerie	295
5.1	Wellnesshotellerie in Deutschland	295
5.1.1	Abgrenzung und Verteilung der Wellnesshotels in Deutschland	296
5.1.2	Strukturdaten der Wellnesshotels in Deutschland	297
5.1.3	Nachfrageverhalten in Hotels mit Wellnessbereichen.....	299
5.1.4	Ausblicke für die Wellnesshotellerie und Hotels mit Wellnesseinrichtungen.....	300
5.2	Produkt und Vertrieb von Wellness in der Hotellerie.....	303
5.2.1	Vermarktung von Wellnesshotels.....	303
5.2.2	Wellnesskonzepte/-Produktlinien in der Hotellerie.....	305
5.2.3	Wellnepp oder Wellness?.....	307
5.3	Betriebswirtschaftliche Betrachtung von Wellness in der Hotellerie	310
5.3.1	Investitionen in Wellnesshotels oder Hotels mit Wellnesseinrichtungen.....	311
5.3.2	Kosten- und Erlösrechnung für Wellnesshotels und Hotels mit Wellnesseinrichtungen	313
5.3.3	Planung eines Wellnessbereiches	314
5.3.4	Wirtschaftlichkeit und Rentabilität.....	316
6	Wellnessangebote deutscher Reiseveranstalter – Ausschnitte einer Untersuchung	319
6.1	Gesundheits- und Wellnessveranstalter und deren Produktlinien	319
6.2	Angebotene Anwendungen (Therapien).....	321
6.3	Destinationen deutscher Reiseveranstalter	323
6.3.1	Deutschland.....	324
6.3.2	Österreich	326
6.3.3	Sri Lanka	327
6.4	Marktabdeckung und Marktbearbeitung deutscher Reiseveranstalter.....	328
6.5	Qualität und Ausstattung von Wellness-Hotels deutscher Reiseveranstalter	331
6.5.1	Untersuchungsmerkmale	331
6.5.2	Untersuchte Reiseveranstalter	332
6.5.3	Fazit der untersuchten Hotels	337
6.6	Preisanalyse.....	338
6.6.1	Preisvergleiche nach Destinationen.....	340
6.6.2	Preisvergleiche nach Reiseveranstaltern	343
6.7	Distribution und Kommunikation.....	348

Glossar	351
Wichtige Internetquellen	369
Abkürzungsverzeichnis	375
Literaturverzeichnis	381
Abbildungsverzeichnis	403
Tabellenverzeichnis	405
Index	411