

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort.....	5
Vorwort zur 2. Auflage	6
1 Einleitung.....	12
1.1 Europa im Spiegel des Gesundheitstourismus	12
1.2 Konzeption der Untersuchung	14
1.3 Leitfragen der Arbeit	15
1.4 Aufbau der Arbeit.....	17
2 Begriffliche Einordnung: Tourismus und Gesundheitstourismus	19
2.1 Tourismus	19
2.2 Gesundheitstourismus	20
2.2.1 Kurtourismus	21
2.2.1.1 Kurorte	22
2.2.1.2 Kurformen	27
2.2.2 Wellnesstourismus	27
2.2.2.1 Wellnessdestinationen	29
2.2.2.2 Wellnessangebote	30
2.2.3 Gesundheitsorientierter Urlaub	32
2.3 Gesundheitstourismus in Abgrenzung zum Erholungstourismus	32
2.4 Definitionen verschiedener touristisch aktiver Personengruppen	33
2.4.1 Kurgast	34
2.4.1.1 Charakteristika des Kurgastes	35
2.4.1.2 Verweildauer	35
2.4.1.3 Erfassung von Kurgästen	36
2.4.1.4 Typisierung von Kurgästen	38
2.4.2 Wellnesstourist	39
2.4.3 Abgrenzung zum Patiententourismus	40
2.4.3.1 Freiwilliger Patiententourismus	40
2.4.3.2 Staatlicher Operationstourismus	41
2.5 Destination	41
2.5.1 Gesundheitstouristische Destinationen	43
2.5.1.1 Besonderheiten gesundheitstouristischer Destinationen	43
2.5.1.2 Organisationsstrukturen und Akteure in Gesundheitsdestinationen	44
3 Die nationalen Entwicklungstendenzen im Gesundheitstourismus	45
3.1 Die historische Entwicklung der Heilbehandlung mit Wasser	45

3.2	Die Ursprünge der modernen Kur in Europa	47
3.2.1	Erste Blüte des traditionellen Gesundheitstourismus: Kurorte in Großbritannien	47
3.2.2	Krisen dämpfen die Entwicklung der Kurorte	49
3.2.3	Gesundheit als dominierendes Kurmotiv	50
3.3	Der europäische Gesundheitstourismus nach dem Zweiten Weltkrieg	50
3.3.1	Gesundheitsdestinationen ohne Signifikanz	52
3.3.1.1	Spanien	53
3.3.2	Relaunch von Erfolgsmodellen	54
3.3.2.1	Niederlande	54
3.3.2.2	Belgien	55
3.3.2.3	Luxemburg	55
3.3.2.4	Großbritannien	55
	Bath (Großbritannien)	56
3.3.3	Die Big Player der modernen Kur- und Wellnessindustrie mit Leidensdruck	58
3.3.3.1	Deutschland	58
3.3.3.2	Schweiz	62
3.3.3.3	Frankreich	63
3.3.3.4	Österreich	65
3.3.3.5	Italien	67
	Terme Euganee (Italien)	68
3.3.4	Traditionelle Badedestinationen für mehrheitlich privat zahlende Gesundheitstouristen	70
3.3.4.1	Ungarn	70
3.3.4.2	Finnland	74
3.3.4.3	Island	74
3.3.5	Die aufstrebenden Transformationsstaaten mit Badetradition	75
3.3.5.1	Die Baltischen Staaten	76
3.3.5.2	Polen	79
3.3.5.3	Slowenien	81
3.3.5.4	Bulgarien	82
3.3.5.5	Rumänien	84
3.3.5.6	Tschechien	85
3.3.5.7	Slowakei	87
	Luháèovice (Tschechische Republik)	87
3.4	Resümee: Europa	91
3.4.1	Angebotsstrukturen	91
3.4.2	Nachfragesituation	91

3.4.3	Reiseströme	93
3.4.4	Organisationsformen	94
4	Determinanten des Gesundheitstourismus	97
4.1	Strukturelle Faktoren	97
4.1.1	Politische Veränderungen auf staatlicher Ebene	98
4.1.2	Allgemeine tourismusrelevante Regelungen des Staates	99
4.1.3	Staatliche Maßgaben der Sozialgesetzgebungen	100
4.1.4	Spezifische rechtliche Rahmenbedingungen des Gesundheitstourismus	105
4.1.4.1	Staatliche Maßgaben	105
4.1.4.2	Kurtaxe	105
4.1.5	Wandel der Organisationsformen im Gesundheitstourismus	108
4.1.6	Neue Anbieter treten in den Markt	112
4.1.6.1	Regionen erschließen sich neues Gästepotenzial	112
4.1.6.2	Wellness als Produktpartikel von Anbietern mit anderer Kernkompetenz	113
4.1.7	Veränderungen im Beförderungswesen	114
4.1.7.1	Transportmittelwahl im Gesundheitstourismus	115
4.1.7.2	Beförderungskomponenten als Mittel der Angebotsprofilierung	116
4.1.7.3	Probleme der Verkehrsentwicklung	117
4.2	Der Gast im Wandel	118
4.2.1	Agile Senioren	118
4.2.2	Ruhe, Abgeschlossenheit, Egoismus: neue Körperlichkeit als propagierete Selbstverständlichkeit des modernen Individuums	121
4.2.3	Saluto Correctness	123
4.2.4	Veränderung von Arbeits- und Freizeit	123
4.3	Veränderungen der Destinationen	124
4.3.1	Vertikale und horizontale Kooperationen im Gesundheitstourismus	125
4.3.1.1	Horizontale Kooperationen	125
4.3.1.2	Vertikale Kooperationen	128
4.3.2	Neue Vertriebsstrukturen	129
4.3.2.1	E-Commerce	130
4.3.2.2	Große Reiseveranstalter	134
4.3.3	Qualitätsmanagement	135
4.3.3.1	Human Resources	136
4.3.3.2	Infrastruktur	137
4.3.3.3	Umwelt	138
4.3.3.4	Strukturübergreifende Qualitätsstrategien: ISO 9001:2000, TQM	140
4.3.4	Entwicklung eines USP	142
4.3.5	Zentralisierung von Einrichtungen in Destinationen	144

4.3.6	Zunehmende Bedeutung von Küstendestinationen	144
4.4	Produktanpassungen	145
4.4.1	Spezialisierung der Angebote	145
4.4.1.1	Medizinische Spezialisierung	146
4.4.1.2	Nicht-medizinisch indizierte Nachfragepotenziale	148
4.4.2	Diversifizierung der Angebote	149
4.4.2.1	Internationalisierung der Angebote	150
4.4.2.2	Aufenthaltsdauer in Gesundheitsdestinationen	153
4.4.2.3	Preisliche Gestaltung	154
4.4.2.4	Pauschalangebote	154
5	Deutsche Spezialreiseveranstalter	156
5.1	Große Reiseveranstalter im Vergleich zu Spezialreiseveranstaltern	157
5.1.1	Entwicklung der Angebote	159
5.2	Vergleich TUI VITAL und Neckermann <i>Care</i>	166
5.2.1	Internationalität der Angebote	166
5.2.2	Inhaltliche Gestaltung der Angebote	170
6	Delphi-Methode	177
6.1	Die Delphi-Methode: ein Verfahren der Prognose	177
6.2	Leitmotive der Methodenwahl	181
6.3	Vorbereitung	183
6.3.1	Theoretische Konzeption der Fragestellung	183
6.3.2	Praktische Konzeption der Fragebögen	185
6.3.3	Qualitative Auswahl der Experten	187
6.3.4	Quantitative Auswahl der Experten	191
6.3.4.1	Allgemeine Überlegungen	192
6.3.4.2	Größe der Expertengruppe der Delphi-Studie	193
6.3.5	Erstes Anschreiben	194
6.4	Zwischenarbeiten	196
6.4.1	Feed-back	196
6.4.2	Optimierte Wellenfrequenz	198
7	Delphi-Studie zum Gesundheitstourismus in Europa	201
7.1	Die erste Welle	201
7.1.1	Feed-back-Bögen	203
7.2	Die zweite Welle	203
7.3	Ergebnisse	205
7.3.1	Allgemeine Entwicklungstendenzen	205
7.3.1.1	Entwicklung der Aufenthaltsdauer in den Destinationen	206

7.3.1.2	Motive der Gäste	208
7.3.2	Gästeprofil	208
7.3.2.1	Alter der Gäste	209
7.3.2.2	Geschlecht der Gäste	209
7.3.2.3	Nationalität der Gäste	210
7.3.2.4	Gruppengröße	211
7.3.2.5	Preisliche Gestaltung der Angebote	212
7.3.3	Destinationsentwicklung	213
7.3.3.1	Standortfaktoren	213
7.3.3.2	Zielgruppen	215
7.3.3.3	Angebotspezifizierung	216
7.3.3.4	Thesen des Gesundheitstourismus	217
8	Schlussbetrachtung	220
8.1	Zusammenfassung	220
8.1.1.	Gesundheitstourismus als eigenständiges Reisemotiv	221
8.1.2	Gesundheitstourismus als Tourismusbranche mit sehr positiven Prognosen	222
8.1.3	Diversifikation der Angebote	223
8.2	Europäische Entwicklung	224
8.3	Einflussfaktoren des Gesundheitstourismus	226
8.3.1	Politisches Umfeld	226
8.3.2	Attraktivität und Einzigartigkeit	227
8.3.3	Qualität des Produktes	228
8.3.4	Der Gast	229
8.4	Perspektiven	230
Anhang		
	Tabellenverzeichnis	232
	Abbildungsverzeichnis	232
	Kartenverzeichnis	233
	Abkürzungsverzeichnis	233
	Quellenverzeichnis	234
	Literatur	234
	Zeitungen/Zeitschriften	243
	Internetadressen	243
	Tiefeninterviews	245
	Vorträge	245
	Ergebnisse der Delphi-Studie zum Thema „Gesundheitstourismus in Europa“	246