

# Inhalt

Vorwort zur zweiten Auflage .....	9
Vorwort zur ersten Auflage .....	11
Abkürzungsverzeichnis .....	13
<b>Abschnitt I: Hintergründe zum Thema Prävention und Gesundheitsförderung .....</b>	<b>17</b>
<b>1 Einführung: Gesundheit und Prävention als Gegenstand des Marketings .....</b>	<b>19</b>
1.1 Gesundheit .....	19
1.1.1 Definition und Dimensionen der Gesundheit .....	19
1.1.2 Präventive Herausforderungen durch chronische Erkrankungen .....	22
1.1.3 Präventive Herausforderungen durch Infektionskrankheiten .....	25
1.1.4 Präventive Herausforderung durch den Klimawandel ...	29
1.1.5 Hintergründe zur Gesundheits- und Präventionspolitik ..	32
1.1.6 Wirtschaftsfaktor Gesundheit .....	37
1.1.7 Wirtschaftsfaktor Prävention .....	38
1.1.8 Heterogenität des Gesundheitssektors .....	40
1.2 Prävention und Gesundheitsförderung .....	41
1.2.1 Definition, Zielsetzung und Handlungsfelder .....	41
1.2.2 Akteure von Präventionsinterventionen .....	43
1.2.3 Strategien der Prävention .....	45
1.2.4 Methoden der Prävention .....	47
1.2.5 Onlinemedien und Prävention .....	51
1.2.6 Gamification und Serious Games als spielerischer Zugang zu Präventionsthemen .....	53
* Zusammenfassung .....	55

*	Wichtige Schlagwörter .....	55
*	Wiederholungsfragen .....	56
*	Literaturempfehlung .....	56
2	Spezifische Herausforderungen des Präventionsmarketings ....	57
2.1	Präventionsdilemma .....	57
2.2	Legitimationsdruck und Wettbewerbsdruck der Akteure .	60
2.3	Paradigmenwechsel der Prävention .....	61
*	Zusammenfassung .....	63
*	Wichtige Schlagwörter .....	64
*	Wiederholungsfragen .....	64
*	Literaturempfehlung .....	65
Abschnitt II: Hintergründe und Entwicklungen des Gesundheitsmarketings .....		67
3	Gesundheits- und Präventionsmarketing .....	69
3.1	Entwicklungslinien und Grenzen des Gesundheitsmarketings .....	69
3.2	Teilbereiche und Disziplinen des Gesundheitsmarketings .	73
3.3	Übergreifende Besonderheiten des Präventionsmarketings	76
3.4	Gestaltungsspezifische Besonderheiten des Präventionsmarketings .....	77
3.4.1	Gesundheitspsychologische Hintergründe .....	77
3.4.2	Neuropsychologische Hintergründe .....	86
3.4.3	Ethische und diskriminierende Aspekte .....	107
3.4.4	Rechtliche Aspekte und übergreifende Qualitätsanforderungen .....	109
*	Zusammenfassung .....	112
*	Wichtige Schlagwörter .....	113
*	Wiederholungsfragen .....	113
*	Literaturempfehlung .....	113
Abschnitt III: Marketing als Teilgebiet von Präventionsintervention ..		115

4	Marktforschung .....	117
4.1	Informationsgewinnung durch Sekundär- und Primärforschung .....	118
4.2	Ethik in der Marktforschung .....	122
4.3	Auswahl der Stichproben .....	124
	✱ Zusammenfassung .....	126
	✱ Wichtige Schlagwörter .....	126
	✱ Wiederholungsfragen .....	126
	✱ Literaturempfehlungen .....	127
5	Strategische Aspekte des Präventionsmarketings .....	129
5.1	Situationsanalyse .....	129
5.2	Alleinstellungsmerkmal .....	134
5.3	Zielgruppen- und Marktsegmentierung .....	136
5.4	Marketingziele und -strategie .....	138
	✱ Zusammenfassung .....	150
	✱ Wichtige Schlagwörter .....	150
	✱ Wiederholungsfragen .....	151
	✱ Literaturempfehlungen .....	151
6	Anwendungsbezogene Aspekte: Marketingstrategische Hintergründe zu spezifischen Präventionsformen .....	153
6.1	Universelle Präventionsinterventionen .....	153
6.2	Selektive Präventionsinterventionen .....	157
6.3	Indizierte Präventionsinterventionen .....	160
6.4	Strukturellen Präventionsinterventionen .....	162
6.5	Settinginterventionen .....	164
	✱ Zusammenfassung .....	168
	✱ Wichtige Schlagwörter .....	169
	✱ Wiederholungsfragen .....	169
	✱ Literaturempfehlungen .....	170
7	Operative Aspekte des Präventionsmarketings .....	171
7.1	Marketingmix .....	171
7.1.1	Leistungs politik (Produktpolitik) .....	172
7.1.2	Prozess politik .....	179

7.1.3	Preispolitik (Gegenleistungspolitik) .....	187
7.1.4	Distributionspolitik .....	193
7.1.5	Kommunikationspolitik .....	197
7.2	Branding von Präventionsmaßnahmen .....	207
✱	Zusammenfassung .....	220
✱	Wichtige Schlagwörter .....	220
✱	Wiederholungsfragen .....	220
✱	Literaturempfehlungen .....	221
8	Qualitätssicherung, Evaluation und Kontrolle .....	223
8.1	Good-Practice-Kriterien der Prävention .....	223
8.2	Qualitätssicherung in der Prävention .....	225
8.3	Evaluation von Präventionsmaßnahmen .....	228
8.4	Kontrolle im Präventionsmarketing .....	233
✱	Zusammenfassung .....	243
✱	Wichtige Schlagwörter .....	244
✱	Wiederholungsfragen .....	244
✱	Literaturempfehlungen .....	244
9	Planung: Checkliste .....	245
	Literaturverzeichnis .....	253
	Register .....	287