

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Abkürzungen	XI
1 Voraussetzungen und Umfeld	1
1.1 Begriffe und Terminologie.....	1
1.1.1 Gastpatient	1
1.1.2 Patientenmobilität	1
1.1.3 Tourismus	1
1.1.4 Destination und Gesundheitsdestination	6
1.1.5 Gesundheit und Krankheit	7
1.1.6 Wellness	17
1.1.7 Selfness und Mindness	22
1.1.8 Hedonismus	23
1.1.9 Wohlbefinden	23
1.1.10 Seele und Selbst	24
1.1.11 Sport, Fitness, Bewegung und verwandte Begriffe	24
1.1.12 Finanzierung von Gesundheit	26
1.1.13 Spa	27
1.1.14 Bad	34
1.2 Märkte unter makroökonomischem Blickwinkel.....	36
1.2.1 Marktvolumina und Marktentwicklung	39
1.2.2 Märkte im Umfeld der Spa-Industrie	44
1.3 Zusammenfassung – Gesundheitstourismus	47
2 Nachfrage	51
2.1 Systematisierung von Nachfrage und Einflussfaktoren	51
2.1.1 Konsum systematisiert nach Motivatoren und Indikationen	55
2.1.2 Nachfrage nach Anbietern geordnet	82
2.1.3 Nachfrage systematisiert nach der Leidensphase	86
2.1.4 Nachfrage systematisiert nach soziodemografischen und anderen Faktoren	88
2.1.5 Wahleingriffe in ausländischen Krankenhäusern	92
2.1.6 Nachfrage aus Unfällen	99

2.1.7	Nachfrage von Behinderten	99
2.1.8	Sonstige Nachfrage	100
2.2	Finanzierung der Nachfrage.....	101
2.2.1	Menschen ohne Krankenkasse in der Hinterhand	102
2.2.2	Gesetzliche oder private Krankenversicherung	102
3	Angebot	107
3.1	Singuläre Betriebe und Institutionen	111
3.1.1	Bad	113
3.1.2	Hotel, Hotel-Spa und Spa-Hotel	115
3.1.3	Bauernhof	116
3.1.4	Fitnessstudio und Day-Spa	117
3.1.5	Fitnesscamp und Trainingslager	119
3.1.6	Klinik und vergleichbare Einrichtungen	119
3.1.7	Reiseveranstalter und Reisemittler	122
3.1.8	Wohltätigkeitsorganisation	125
3.2	Ort und Region.....	125
3.2.1	Kurort und Heilbad	126
3.2.2	Region	133
3.3	Kooperation und Verband.....	135
3.4	Politik und Marktgestaltung.....	136
4	Kennziffern in Wirtschaft und Planung	139
4.1	Einzelbetrachtungen.....	141
4.1.1	Anzahl Gastpatienten, Aufenthaltsdauer und Auslastung	141
4.1.2	Personal: Anzahl, Auslastung und Produktivität	143
4.1.3	Anzahl, Typ, Dauer und Zeitpunkt von Behandlungen	145
4.1.4	Raumplanung: Flächenbedarf und Größenverhältnisse	149
4.1.5	Infrastruktur und Ausstattung	152
4.1.6	Kosten und Umsätze	153
4.2	Zusammenfassende Betrachtungen.....	165
5	Planen und Betreiben von Spa und Region	169
5.1	Allgemeine Fragen.....	169
5.1.1	Marktforschung	169
5.1.2	Vision, Leitbild, Strategie	171
5.1.3	Personalwirtschaft	175
5.1.4	Qualität	184
5.1.5	Innovation und Erschließung neuer Geschäftsfelder	209

5.1.6	Rechtsfragen und Patientenschutz	210
5.1.7	Destination, Naturraum und Gesundheit	211
5.1.8	Standortfaktoren	213
5.1.9	Banken und Finanzierung	214
5.2	Spa und Region im Speziellen	215
5.2.1	Spa als singuläre Einrichtung	215
5.2.2	Gesundheitsdestination	286
6	Marketing als Managementaufgabe	309
6.1	Distribution und Zuweiser.....	309
6.1.1	Distributionskanäle	309
6.1.2	Kooperation	314
6.2	Marketing-Kommunikation.....	316
6.2.1	Instrumente der Marketing-Kommunikation	317
6.2.2	Spa-Kommunikation	321
6.3	Marketing-Controlling	343
	Literatur- und Quellenverzeichnis	345
	Abbildungsverzeichnis	379
	Stichwortverzeichnis	387