

Wellness-Tourismus

Entscheidgrundlagen für Investitionen und Qualitätsverbesserungen

Veröffentlicht in der Schriftenreihe "Berner Studien zu Freizeit und Tourismus", Bern 2002, 256 Seiten,
sFr. 45.--/ € 30.-

Autorin: Eveline Lanz Kaufmann

Inhaltsverzeichnis

VORWORT	5
ZUSAMMENFASSUNG	7
TEIL I: GRUNDLAGEN	
1 BEGRIFFE	15
1.1 Gesundheit	15
1.2 Prävention und Gesundheitsförderung	18
1.3 Wellness	19
1.4 Wellness-Tourismus	34
1.5 Qualität und Qualitätsmanagement	39
1.6 Unternehmensphilosophie und Unternehmenskultur	43
2 ABGRENZUNGEN DES WELLNESS-TOURISMUS	47
2.1 Abgrenzung des Wellness-Tourismus aus Nachfragesicht	47
2.2 Abgrenzung des Wellness-Tourismus aus Angebotssicht	52
2.3 Die Kriterien der Kooperation Wellfeeling Schweiz	56
2.4 Kriterien ausländischer Wellness-Kooperationen	58
3 WELLNESS-TOURISMUS-MARKT IM MODELL	61
3.1 Entwicklung des Wellness-Tourismus	61
3.2 Das Modell im Überblick	64
3.3 Umweltfaktoren des Wellness-Tourismus-Marktes	65
3.4 Externe Beeinflusser des Wellness-Tourismus-Marktes	68
3.5 Absatzmittler des Wellness-Tourismus-Marktes	69
TEIL II: WELLNESS-TOURISMUS-MARKT	
4 WELLNESS-TOURISMUS-ANGEBOT	71
4.1 Strukturen im Schweizer Gesundheitstourismus	71
4.2 Bedeutung von Wellness in der Hotellerie	76
4.3 Bedeutung von Wellness im Gesundheitstourismus	83
4.4 Typologie des Angebots	97
4.5 Marktvolumen	102
4.6 Fazit	104
5 WELLNESS-TOURISMUS-KONKURRENZ	105
5.1 Schweizer Konkurrenz	105
5.2 Ausländische Konkurrenz	105
5.3 Stärken und Schwächen der Schweizer Wellness-Hotellerie	110

6	WELLNESS-TOURISMUS-NACHFRAGE		113
6.1	Bedeutung und Beliebtheit von Wellness-Angeboten im	Tourismus	113
6.2	Gästabefragungen in Wellnesshotels		117
6.3	Allgemeine Merkmale der Gäste in Wellnesshotels		118
6.4	Motive und Ziele der Gäste für den Hotelaufenthalt		123
6.5	Beanspruchung von Wellness-Angeboten		125
6.6	Bedeutung von Wellnesselementen und Rahmenbedingungen		127
6.7	Gäste-Zufriedenheit		129
6.8	Erfolgspositionen und Schwachstellen in Wellnesshotels		132
6.9	Einfluss von Wellness-Ferien auf das Gesundheitsverhalten		135
6.10	Drei Typen von Gesundheitsgästen		136
6.11	Gästesegmente		140
6.12	Fazit		150
TEIL III: UMSETZUNG IN DIE PRAXIS			
7	WELLNESS-ANLAGEN UND WELLNESS-BEHANDLUNGEN		151
7.1	Übersicht über Wellness-Infrastruktur		151
7.2	Übersicht über Körper-Behandlungen und Beauty		163
7.3	Die 3 Phasen zur Realisierung von Wellness-Angeboten		169
7.4	Investitionsrechnungen von Wellness-Anlagen		175
7.5	Überlegungen zur Wirtschaftlichkeit		176
7.6	Finanzplanung für Wellness-Bereiche		177
8	QUALITÄTSMANAGEMENT FÜR DIE WELLNESS-HOTELLERIE		179
8.1	Besonderheiten des Wellness-Tourismus		179
8.2	Qualitätsmanagement in Wellnesshotels		181
8.3	Wellnesshotel-Philosophie		204
9	ERFOLGSFAKTOREN FÜR EIN WELLNESSHOTEL		207
10	TRENDS UND AUSBLICK		209
10.1	Trends		209
10.2	Entwicklung der Marktsituation		211
10.3	Chancen und Gefahren für den Wellness-Tourismus-Markt		217
NACHWORT			219
LITERATURVERZEICHNIS			220
ANHANG			233
ADRESSENVERZEICHNIS			252