

Wellnessmanagement

Angebote, Anforderungen, Erfolgsfaktoren

Von
Professor Dr. Knut A. Wiesner

ERICH SCHMIDT VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek
Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie;
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
dnb.ddb.de abrufbar.

Weitere Informationen zu diesem Titel finden Sie im Internet unter
[ESV.info/978 3 503 10360 7](http://ESV.info/978_3_503_10360_7)

ISBN 978 3 503 10360 7

Alle Rechte vorbehalten
© Erich Schmidt Verlag GmbH & Co., Berlin 2007
www.ESV.info

Dieses Papier erfüllt die Frankfurter Forderungen
der Deutschen Bibliothek und der Gesellschaft
für das Buch bezüglich der Alterungsbeständigkeit und
entspricht sowohl den strengen Bestimmungen der US Norm
Ansi/Niso Z 39.48-1992 als auch der ISO-Norm 9706.

Satz: multitext, Berlin
Druck und Bindung: Hubert & Co., Göttingen

Vorwort

Der Wellness-Sektor ist einer der weltweit größten und zukunftssträchtesten Wirtschaftsbereiche überhaupt und eine der derzeit international besonders dynamischen Branchen. In den entwickelten Staaten ist inzwischen etwa jeder 10. Beschäftigte in der Gesundheitsbranche tätig, mit steigender Tendenz. In Deutschland, Österreich und der Schweiz werden von der Wellnesswirtschaft fast 100 Mio. € umgesetzt.

Doch die Abgrenzung der Branche ist nicht einfach und sicherlich auch fließend, also wird in diesem Buch eine große Bandbreite der Wellnessunternehmen aufgezeigt. Bestimmte Unternehmen der Branche sind bereits heute erfolgreicher als andere, aber wird dies in Zukunft auch so sein? Was macht den Erfolg heute und in Zukunft aus? Das Buch versucht, Erfolgsfaktoren zu identifizieren und Handlungsanregungen für zukünftigen Erfolg zu bieten.

Gerade in der Wellnesswirtschaft bedarf es gelebter Kundenorientierung mit besonderer Rücksicht auf individuelle Kundenwünsche, eines umfassenden Qualitätsmanagements hinsichtlich der Leistungserstellungsprozesse, eines effektiven Innovations- und Beschwerdemanagements sowie der Vermittlung von Kompetenz, Vertrauen und Wohlfühlwelten.

Ungeachtet bestimmter, meist kurzfristiger Trends müssen sich Wellnessanbieter gegenüber ihren Kunden eindeutig positionieren. Dazu bedarf es der Instrumente des strategischen Managements. Denn langfristig sind nur diejenigen Anbieter erfolgreich, denen es gelingt, ihre Wellnesskunden auf unterschiedlichen Ebenen zu erreichen und dauerhaft zu binden.

Zunächst bedarf es allerdings nachvollziehbarer Visionen und greifbarer Ziele um die richtigen Strategien ergreifen und umsetzen zu können. Strategisches Management bietet die wirkungsvollsten Instrumentarien, um Wellnessunternehmen erfolgreich und zukunftsorientiert zu führen, so dass eine Customer Driven Company verwirklicht wird.

Im vorliegenden Buch werden die Erfolgsfaktoren des Wellnessmanagements dargestellt, soweit dies für eine so heterogene Branche im Einzelnen überhaupt möglich ist. Beispiele veranschaulichen die dargestellten Instrumentarien und eröffnen sowohl Praktikern als auch Studierenden den Zugang zu diesem Buch. Es soll die bisher im Erich Schmidt Verlag erschienenen Veröffentlichungen zu Wellness, Tourismus und Freizeit in diesen wichtigen

zukunftsorientierten Managementbereich ergänzen und einen Beitrag zur Professionalisierung der Branche leisten.

Mein Dank gilt allen, die mich bei der Erstellung dieses Buches unterstützt haben. Insbesondere danke ich Frau Uta Lewien, die mir erlaubte, einige ihrer Wohlgefühl erzeugenden Bilder zu veröffentlichen (www.paintings-online.de).

Detmold, Würzburg-Schweinfurt
im Herbst 2007

Prof. Dr. Knut A. Wiesner
(info@professorwiesner.de)

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	5
Abbildungsverzeichnis.....	9
1 Alles Wellness oder was ist Wellness?	15
1.1 Gesundheit – Krankheit – Wellness.....	16
1.2 Wellness-Historie	17
1.3 Wellness-Eingrenzung.....	19
1.4 Megatrend Wellness.....	22
1.5 Markttendenzen	27
2 Anforderungen an Wellness-Leistungen sowie bestehende Angebote	33
2.1 Wellness- und Fitnessdienstleistungen bzw -anwendungen.....	40
2.2 Touristische Wellnessleistungen.....	44
2.3 Wellnnessernährung.....	53
2.4 Sonstige Wellnessprodukte.....	56
2.5 Fitnessgeräte und -utensilien	58
2.6 Beauty-, Care- und Anti-Aging-Angebote	59
2.7 Entspannungs- und spirituelle Angebote	62
2.8 Wellnessberatung und -information.....	64
2.9 Medical Wellness.....	66
2.10 Wellness im Beruf und Betrieb.....	69
3 Aspekte und Erfolgsfaktoren des Managements von Wellness- leistungen.....	71
3.1 Erfolgsfaktor Strategie.....	78
3.2 Erfolgsfaktor Unternehmensführung.....	80
4 Erfolgsfaktor Information und Positionierung (SWOT).....	87
5 Erfolgsfaktor Kunden-Zielgruppen	101
6 Erfolgsfaktor Kundenorientierung.....	109
7 Erfolgsfaktor Qualität.....	121
8 Erfolgsfaktor Mensch und Führung.....	137
9 Erfolgsfaktor Kommunikation und Verkauf	141
10 Erfolgsfaktor Wirtschaftlichkeit	163
11 Resümee und Ausblick	167
Quellenverzeichnis.....	169
Glossar	173