

Sandra Ziegler

## **Qualitätsmanagement im Wellness- und Gesundheitstourismus**

## **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:**

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 2010 Diplomica Verlag GmbH  
ISBN: 9783842802735

**Sandra Ziegler**

# **Qualitätsmanagement im Wellness- und Gesundheits- tourismus**



# Bachelorarbeit

---

Sandra Ziegler

## Qualitätsmanagement im Wellness- und Gesundheitstourismus



Sandra Ziegler

**Qualitätsmanagement im Wellness- und Gesundheitstourismus**

ISBN: 978-3-8428-0273-5

Herstellung: Diplomica® Verlag GmbH, Hamburg, 2010

Zugl. Hochschule Heilbronn, Heilbronn, Deutschland, Bachelorarbeit, 2010

---

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden und der Verlag, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

© Diplomica Verlag GmbH

<http://www.diplomica.de>, Hamburg 2010

## Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	IV
Abkürzungsverzeichnis .....	V
1. Einleitung .....	- 1 -
<b>1.1 Zielstellung dieser Arbeit.....</b>	<b>- 2 -</b>
<b>1.2 Aufbau und Inhalt dieser Arbeit.....</b>	<b>- 2 -</b>
2. Theoretischer Bezugsrahmen .....	- 3 -
<b>2.1 Definition Qualitätsmanagement .....</b>	<b>- 3 -</b>
<b>2.2 Definition Wellness.....</b>	<b>- 4 -</b>
<b>2.3 Definition Gesundheit .....</b>	<b>- 6 -</b>
<b>2.4 Definition Tourismus .....</b>	<b>- 7 -</b>
<b>2.5 Abgrenzung Welnesstourismus von Gesundheitstourismus .....</b>	<b>- 9 -</b>
3. Der Gesundheits- und Welnesstourismus im Wandel der Zeit .....	- 10 -
<b>3.1. Das Gut Gesundheit .....</b>	<b>- 10 -</b>
3.1.1. <i>Historie und Entwicklung.....</i>	<i>- 10 -</i>
3.1.2. <i>Demographischer Wandel.....</i>	<i>- 11 -</i>
3.1.3. <i>Gesellschaftlicher Wandel.....</i>	<i>- 12 -</i>
3.1.4. <i>Wertewandel und Gesundheitsverständnis.....</i>	<i>- 13 -</i>
<b>3.2. Gesundheitsvorsorgetourismus.....</b>	<b>- 15 -</b>
<b>3.3. Boomfaktor Wellnessmarkt.....</b>	<b>- 15 -</b>
3.3.1. <i>Ursprung und Entwicklung des Marktes.....</i>	<i>- 15 -</i>
3.3.2. <i>Im deutschsprachigen Raum .....</i>	<i>- 16 -</i>
3.3.3. <i>Im internationalen Vergleich.....</i>	<i>- 16 -</i>
3.3.4. <i>Hauptelemente des Welnesstourismus .....</i>	<i>- 17 -</i>
3.3.5. <i>Ernährung.....</i>	<i>- 17 -</i>
3.3.6. <i>Entwicklung neuer Berufsfelder.....</i>	<i>- 18 -</i>
<b>3.4. Angebotsstruktur (Auswahl).....</b>	<b>- 19 -</b>
3.4.1. <i>Wellnesshotels.....</i>	<i>- 19 -</i>
3.4.2. <i>Wellnessangebote in Tourismusorten und Regionen .....</i>	<i>- 20 -</i>
3.4.3. <i>Reiseveranstalter.....</i>	<i>- 20 -</i>
3.4.4. <i>Freizeit- und Thermalbäder .....</i>	<i>- 21 -</i>
3.4.5. <i>Day Spa und Fitnessstudios .....</i>	<i>- 21 -</i>
3.4.6. <i>Kurorte.....</i>	<i>- 22 -</i>
<b>3.5. Medical Wellness .....</b>	<b>- 24 -</b>
<b>3.6. Nachfragestruktur.....</b>	<b>- 26 -</b>

# Qualitätsmanagement im Wellness- und Gesundheitstourismus

---

3.6.1. Zielgruppen.....	- 26 -
3.6.2. Der Wellnesskunde.....	- 27 -
3.7. Gesetzliche Anspruchsgrundlagen.....	- 27 -
3.8. Standardproblematik.....	- 29 -
3.9. Trends und Prognosen für den Gesundheits- und Wellness-tourismus .....	- 31 -
<b>4. Qualitätsmanagement .....</b>	<b>- 34 -</b>
4.1. Qualität im Wandel der Zeit .....	- 34 -
4.2. Grundsätze des Qualitätsmanagements .....	- 35 -
4.3. Qualitätsmanagement als System .....	- 36 -
4.4. Qualitätsmanagement – Ansätze.....	- 37 -
4.4.1. Qualitätsmanagementnormen DIN EN ISO .....	- 37 -
4.4.2. Total Quality Control (TQC).....	- 38 -
4.1.1. Total Quality Management (TQM).....	- 39 -
4.4.3. European Foundation for Quality Management .....	- 40 -
4.5. Ziele des Qualitätsmanagements.....	- 42 -
4.6. Öko-Management als partieller Qualitätsansatz.....	- 43 -
4.7. Grundlagen des Marketings .....	- 48 -
4.7.1. Definition und Bedeutung des Marketings .....	- 48 -
4.7.2. Einordnung, Bedeutung und Beziehung zwischen den Marketinginstrumenten.....	- 49 -
4.7.3. Marketingbeziehungen im Tourismus.....	- 51 -
4.7.4. Neue Herausforderungen im Gesundheits- und Wellness-tourismus .....	- 54 -
4.8. Kundennutzen des Qualitätsmanagements .....	- 55 -
4.9. Kundenzufriedenheit.....	- 56 -
4.10. Chancen und Risiken der Internetnutzung.....	- 58 -
<b>5. Zertifizierungen .....</b>	<b>- 60 -</b>
5.1. Ursprung, Definition und Ziele der Zertifizierungen.....	- 60 -
5.2. Existierende Zertifizierungsmodelle und Gütesiegel.....	- 61 -
5.2.1. Zertifizierung durch den deutschen Wellnessverband e.V.....	- 61 -
5.2.2. Problematik der Zertifizierung .....	- 65 -
<b>6. Wellness-tourismus anhand von ausgewählten Beispielen .....</b>	<b>- 66 -</b>
6.1. Beispiele zur Angebotsprofilierung durch Wellness .....	- 66 -
6.2. Zukünftige Trends in der Entwicklung.....	- 68 -
<b>7. Schlussfolgerung und Ausblick .....</b>	<b>- 69 -</b>
<b>8. Anhang .....</b>	<b>VI</b>
<b>9. Quellennachweis .....</b>	<b>X</b>



## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Qualitätsmanagement im Gesundheitswesen.....	- 3 -
Abbildung 2: Erweitertes Modell der Wellness-Elemente.....	- 4 -
Abbildung 3: Abgrenzung des Tourismus anhand der konstitutiven Elemente.....	- 8 -
Abbildung 4: Abgrenzung des Wellness-Tourismus aus Nachfragesicht.....	- 9 -
Abbildung 5: Epochen des Tourismus .....	- 10 -
Abbildung 6: Lebenszeit: Wie lange und wofür?.....	- 12 -
Abbildung 7: Systembausteine der DIN EN ISO 9000ff. ....	- 36 -
Abbildung 8: Die Phasen des Qualitätsmanagementsystems.....	- 40 -
Abbildung 9: Das EQFM-Modell für Excellence .....	- 41 -
Abbildung 10: Ziele des Qualitätsmanagements von Dienstleistungsunternehmen .....	- 43 -
Abbildung 11: Phasen des UMS nach EMAS und DIN EN ISO Norm 14000 ff.....	- 45 -
Abbildung 12: Zusammenfassung der Unterschiede EMAS II und DIN EN ISO 14001 ...	- 46 -
Abbildung 13: Ganzheitliches Marketing im Tourismus.....	- 52 -
Abbildung 14: Marketingbeziehungen eines touristischen Leistungsanbieters .....	- 53 -
Abbildung 15: Das Zufriedenheits- und Unzufriedenheits-Paradigma.....	- 57 -
Abbildung 16: Benchmarking für Kundenzufriedenheit.....	- 57 -
Abbildung 17: Studie 2008 der Internetwege für kleine und mittelständige Unternehmen	- 59 -
Abbildung 18: Studie 2008 der häufigsten Risiken für kleine und mittelständige Unternehmen .....	- 59 -
Abbildung 19: TUI Vital.....	VI
Abbildung 20: Neckermann Care Katalog.....	VI
Abbildung 21: Dertour Gesundheits- und Wellnesskatalog.....	VII
Abbildung 23: Rechte auf eine Kur.....	VIII
Abbildung 24: Prognostizierte Wachstumsraten der Übernachtungsnachfrage im aktiven Gesundheitsvorsorgetourismus und seinen Unterformen bis 2020.....	IX
Abbildung 25: Prognostizierte Wachstumsraten der Übernachtungsnachfrage im aktiven Gesundheitsvorsorgetourismus und seinen Unterformen bis 2020.....	IX

## Abkürzungsverzeichnis

TQM	Total Quality Management
WHO	Weltgesundheitsorganisation
UNWTO	World Tourism Organization
EU	Europäische Union
DHV	Deutscher Heilbäderverband
GKV	gesetzliche Krankenversicherungen
EFQM	European Foundation for Quality Management
GuV	Gewinn- und Verlustrechnung
EMAS	Eco Management and Audit Scheme
EWG	Europäische Wirtschaftsgemeinschaft
UMS	Umweltmanagementsystem
EDP	Erwartungs- Diskonfirmations- Paradigma
Mio.	Millionen
Mwst.	Mehrwertsteuer
Ca.	circa
z.B.	zum Beispiel
u.a.	unter anderem
Uvm.	Und vieles mehr
e.V.	eingetragener Verein
Dr.	Doktor
h	Stunden
Nr.	Nummer
PKW	Personenkraftwagen
bzw.	beziehungsweise
Mind.	Mindestens
TÜV	Technischer Überwachungsverein
Zuzügl.	zuzüglich