

WELLNESS, MEDICAL WELLNESS VE TURİZM

Mehmet Han ERGÜVEN

Kırklareli Üniversitesi
Turizm Fakültesi Kavaklı Kampüsü
Kırklareli
E-posta: erguven@kirkklareli.edu.tr

Özet

Sağlık sektörü birçok trend araştırmacısı tarafından yüzyılın trendi ve pazarı olarak kabul edilmektedir. Sağlık sektörünün bir alt grubunu oluşturan Wellness, değişen iş ve özel yaşam şartlarından dolayı insanların artarak ilgisini çekmektedir. Yeni tarz yaşam, yeni tarz tatil ve yeni tarz beslenme olarak Wellness günümüzde kendisini göstermektedir. Wellness artık sadece bir trend değil aynı zamanda bir yaşam tarzı felsefesi olarak kabul edilmektedir. Diğer taraftan "Medical Wellness" ise tıp ağırlıklı uygulama ve hizmetlerin sunulduğu, yeni bir sağlık anlayışının ürünüdür. Batı Avrupa'da Wellness daha çok turizm ve konaklamayla ilişkilendirilmektedir. Medical Wellness'de bu geleneğe uyararak, turizm ve konaklama odaklı olarak şekillendirilmekte ve pazarlanmaktadır.

Bu çalışmada, dünya çapında 400 milyarlık bir ciroya ulaşan Wellness sektörünün giderek artan önemine dikkat çekilmektedir. Ayrıca, Türkiye'deki sektöre, uygulamalarda yardımcı olmak ve akademik çalışmalar için kaynak oluşturulmasına katkıda bulunmak da düşünülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Wellness, Medical Wellness, Turizm, Türkiye

WELLNESS, MEDICAL WELLNESS and TOURISM

Abstract

The health sector is seen by numerous trend researchers as a trend and market of the century. Wellness is a sub-group of the health sector. On account of the changing working and private living conditions more and more people are interested in wellness. Today wellness appears by a new way of life, a new way of holiday and new eating habits. Now Wellness is not only a trend, but at the same time a life philosophy. On the other side medical wellness is a new health understanding where medical achievements and therapies are applied. In Western Europe wellness is associated more with tourism and accommodation. Also Medical wellness is created and marketed tourism and accommodation centered.

Key Words: Wellness, Medical Wellness, Tourism, Turkey

JEL Classification: I19, I39

1. MEDICAL WELLNESS - GELECEĞİN WELLNESS KONSEPTİ

1.1 Tanımlar

1.1.1 Wellness

Wellness, beden, ruh ve zihin sağlıklarını dengede tutarak artırma temelli yaşam tarzı felsefesidir (Homann, 2002: 55; Berg, 2009: 6). „Wellness“ kavramı doğduğu Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD), bütüncül ve sürekli gelişen ve değişen bir sağlık anlayışını temsil etmektedir. Wellness

well-being ve fitness kelimelerinin birleştirilmesinden oluşturulmuş yapay bir sözcüktür (Eberle, 2004: 19; Hertel, 2003: 6). Dr. Halbert Luis Dunn (1959) tarafından geliştirilen modelde, birey, sağlığını geliştirmekten ve korumaktan kendisi sorumlu tutulmaktadır. „Wellness“ sözcüğünün ilk olarak 20. yüzyılda değil, ortalma üç yüzyıl önce (1654) „wealnesse“ (iyi sağlık durumu) olarak kullanıldığı konusunda hemfikir olanlar da vardır (Hertel, 2003: 6; Scheftschik, 2003: 105; Lanz Kaufmann, 2002: 19). Modern anlamdaki wellness ise Dunn’un modeli üzerine inşa edilmektedir.

Wellness ABD’de tıp ve sağlık kökenlidir (Nahrstedt, 2010: 108). Almanya’da ise, değişik bir yol izlemiş ve öncelikle gevşeme, esenlik ve dinlenmeyle ilişkilendirilmiştir: pasif uygulamalar (masajlar, vücut bakımı, banyolar vb.) (Scharnhorst, 2006: 20). Alman dilinin konuşulduğu coğrafyada daha çok hedonik (haz alarak yaşama) bir tüketim anlayışı ve buna bağlı olan bir wellness yaşam tarzı felsefesi hakimdir (Horx-Strathern vd., 2002: 11). “Wellness” sadece olumluyla ilişkilendirilen ve stresin karşıtı olarak algılanarak kullanılan bir kavrama dönüşmüştür. Bundan dolayı da birçok ürün için etiket olarak kullanılmış ve kullanılmaktadır: Wellness çorabı, wellness reçeli, wellness yoğurdu vb. Kavram olarak korunmadığı için, kullanımında bir sandırma söz konusudur.

Son on yılda misafir müşterilerin tecrübe ve beklentilerindeki artış ve dönüşümler sonucunda Wellness giderek Avrupa’nın hedonik tüketim düşüncesi ve ABD’nin bireysel sorumluluk anlayışı arasında bir yol izlemektedir. Her insanın Wellness’ten bireysel beklenti, istek ve ihtiyaçları farklı da olsa, ABD ve Orta Avrupa Wellness yaşam tarzlarının ortak noktası, insanı bir bütün olarak görmeleridir (Cohen, 2008: 8). Günümüze aranan, sağlık üzerinde etkileri yoğun ama yüksek gevşetici sonuçlara sahip wellness uygulamalarıdır.

Wellness bir taraftan haz alabilmeyi ve “an’a” yoğunlaşmayı diğer taraftan bireysel sorumluluk anlamında sağlığı sürdürülebilir şekilde korumayı yeni yollarla göstermektedir. Wellness, alışkanlıkların olumlu bir şekilde değiştirildiği ve yeni davranışların öğrenildiği bir yaşam konseptidir. Bunu iki örnekte somutlaştırmak mümkündür:

1. Beslenme sağlık ve günlük yaşam için temel bir anlama sahiptir. Yanlış beslenme bireysel iyi hissetme halini olumsuz etkileyebilmektedir. Bir kişi yaşam kalitesini uzun vadeli artırmak istiyorsa, bu alanda bir denge kurması gerekmektedir. Burada bireysel kararlar ve yollar seçilmektedir. Ölçü de bireyin kendini iyi hissetmesidir.
2. İnsan vücudunu ve ruhunu dinlemeyi tekrar öğrenmek zorundadır. Birçok insan artarak ruhsal dengenin yaşam kalitesi için önemini keşfetmektedir. Stresle mücadele ve gevşeme meditasyon ya da yoga gibi yollarla öğrenilebilmektedir. Doğal terapi metotlarının kendini iyi hissetme için başarısı bunu göstermektedir.

Wellness halihazırda bulunan sağlık uygulamalarının yerine geçmeyi değil daha çok onları tamamlama anlayışından hareket etmektedir. Wellness uygulamalarının tamamına yakını tıbbi ihtiyaç olmaktan çok esenliğe hizmet etmektedir.

Wellness tatil kataloglarında, ilanlarda, gazetelerin hafta sonu eklerinde ya da otellerin, day-sparaların, güzellik ve Wellness merkezlerinin broşürlerinde kendini iyi hissetme yanında beden, ruh ve zihin için gevşeme sözü verilmektedir. Bu örneklerde de görüldüğü gibi Wellness Almanca konuşulan coğrafyada (Almanya, Avusturya ve İsviçre’de) daha çok turizm ve sağlık tatili ile ilişkilendirilmektedir (Bartz/Werner, 2005: 136; Wenzel/Kirig, 2006: 48; Wellness, 2004: 6).

1.1.2 Medical Wellness

Wellness ve medical wellness hizmetleri yeni gibi görünse de aslında bu uzun bir geçmişe sahip bir sektördür: kür. Roma İmparatorluğunda termaller halkın kendisini iyi hissetmek için gittiği mekanlardı. Buraları, hastalıkları tedaviden çok sosyal hayatın bir parçasıydılar. Orta Avrupa'daki kür bu düşünceden doğmuştur. Almanya'daki halk banyoları adı verilen Baden-Baden, Aachen ve Wiesbaden kürün altın çağını yaşadığı yerlerdendir. Devlet büyüklerinin buraları ziyaretleri, bu yerlerin prestijini ve zenginliğini artırmıştır (Gouvion, 2006: 32). 20 yüzyılın ortalarından itibaren ise kür kavramı anlam değişikliğine uğramıştır. Kür artık sağlık açısından, önleyici ve korunma için değil; ondan, doğal şifa kaynağı olarak ilk etapta hastalıkları iyileştirmek ve özellikle rehabilitasyon ve hastalıklardan sonraki aşamada yararlanılmaktadır. Bu dönüşüm özellikle II. Dünya Savaş'ından sonra Almanya'da sosyal devletin öne çıkartılması, sağlık hizmetlerinin iyileştirilmesi ve toplumun bütün kesimlerine yaygınlaştırılmasıyla devlet eliyle gerçekleştirilmiştir. Böylece Roma dönemindeki gibi geniş halk kitlelerinin kullanımı geri gelmiştir.

Hastalık ve hastalık tedavisi ile eş değer görülen kür, bilinen fakat imajı pek olumlu olmayan bir markaya dönüşmüştür. Dünün kürü Wellness'ten sadece isim olarak değil aynı zamanda atmosfer, yeni geliştirilmiş uygulamalar ve hedeflerle de ayrılmaktadır.

Kısa tarihi bir bakıştan sonra günümüz wellness akımına dönülecek olunursa; hareket, gevşeme ve beslenme unsurları tıp ve wellness'i buluşturmuştur. Birçok bilim insanı medikal wellness terimini kullanmaktadır. Bunlar turizm odaklı ve tıbbi terapi uygulamalarını kastetmektedir. Tıbbi uygulamalar wellness terapilerine temel olarak ya da tamamlayıcı olarak sunulmaktadır. Deutscher Wellness Verband'ın (DWV – Alman Wellness Derneği) başkanı Hertel burada 'davranış tıbbından' bahsetmektedir. Ona göre medikal wellness, tıbbi olarak alınacak sonuçlara, diyagnostiğe bağlı davranış ve düşünce değişiklikleriyle ulaşmak temelinden hareket edilmektedir. Medikal Wellness programları, insanlarda özellikle kronik olarak ortaya çıkan hastalıkların seyrini etkilemek için yaşam tarzının değiştirilmesinde anlamlı görülmektedir (Hertel, 2009: 49). Bir yaşam tarzı felsefesi gibi algılanan wellnessin tersine medikal wellness hastalıklarla mücadele çerçevesinde bakılmaktadır. Wellness ise temelde sağlığı artırıcı olarak tanımlanmaktadır.

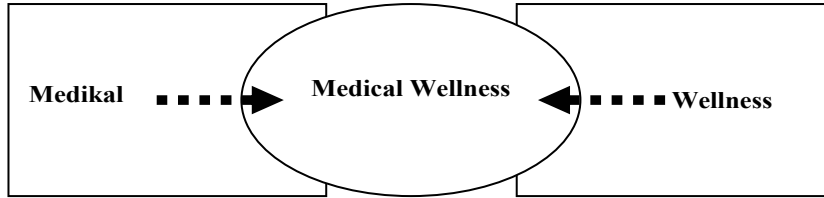
Anlam karmaşasını önlemek ve medikal wellnessin anlaşılabilmesi için burada bazı tanımlara değinilecektir. Deutscher Medical Wellness Verband'a (Alman Medikal Wellness Derneği - DMWV) göre medical wellness; "yaşam kalitesinin ve bireysel sağlık hissinin kendisi sorumluluğu üstlenerek, önleyici ve sağlığı artırıcı aynı zamanda sağlık bilinçli yaşam tarzının, sağlık bilimlerinin yardımıyla sürdürülebilir artırılmasına yönelik tedbirleri içermektedir." (<http://www.dmwv.de/106.0.html>, 24.03.2010).

Deutscher Wellnessverband (DWV – Alman Wellness Derneği) Medical Wellness'in bir tanımını yapmaktadır: "Medical Wellness" tıp ve Wellness'in ayrı ayrı oluşturacakları sağlık etkilerinin birleştirilmesi sonucunda ortaya çıkan sinerjiyi tanımlamaktadır. Bu alandaki ürün ve hizmetler tıbbi temellere dayanarak yaşam kalitesini artırmalı ve haz alınan sağlıklı bir yaşam tarzıyla bireyin sağlığını güçlendirmelidir. Halihazırdaki şikayetler ve rahatsızlıklar durumunda bir doktorun müdahalesi kaçınılmaz olarak görülmektedir (Hertel, 24.03.2010). Tanımlar arasında farklılıklar olsa da, Wellness Finder ve Bayerischer Wald'taki wellness otelleri DWV'nin tanımını benimsemektedirler.

Medical Wellness, temel wellness boyutları yanında öncelikle ve genelde sağlık ve zindeliği, önleyici tedbirlerle artırmak ve korumak için sunulan ürün ve hizmetleri kapsamaktadır. Medical wellnessin wellnessten farkı doktor danışmanlığında ve gözetiminde gerçekleşmesidir. Medical wellnessde termal kaynakların sağlığı destekleyici ve hoş olan kullanımının yanında kürde sunulan uygulamaları içeren kür düşüncesi de vardır.

Burada üzerinde durulması gereken önemli noktalardan birisi, en az yüzyıllık bir marka olan 'kür'ün yerini henüz sınırları dahi net olarak tanımlanmamış medikal wellnesse bırakmaya zorlanmasıdır. Scheffschik 2005 yılında, tıp alanında ve kürlerde kendini iyi hissetme halinin hedeflenmekte olduğunu belirtmekte fakat insanların buna haklı olarak wellness adı vermediklerini vurgularken (Scheffschick, 2005: 119), bu görüş 2008 yılına gelindiğinde artık geçerliliğini kaybetmiştir. Almanya'da "Wellness im Kurort" (kür merkezinde wellness) marka ve kalite belgesi geliştirilmiştir (<http://www.wellness-im-kurort.info/>). Bu örnekte de görüldüğü gibi kür, wellness ve medikal wellness bir arada sunulmaktadır. Wellness ve medical wellness keskin sınırların belirlenememesi tesis sayısının da net olarak saptanmasını güçleştirmektedir. Buna rağmen medikal wellnessi şekil 1'deki gibi somutlaştırmak mümkündür:

Şekil 1: Wellness Medikal Wellness ilişkisi



Medikal wellness rahat bir otel atmosferinde önleyici ve koruyucu uygulamaların sunulmasını hedeflemektedir. Bu özelliğinden dolayı rahatsızlıkları iyileştirmeye yoğunlaşmış hastanelerden ayrılmaktadır. Ürün ve hizmetlerde wellness ve tıp birbirini tamamlamaktadır. Aşağıdaki şekil Şekil 2'de Almanya'daki medikal wellness harcamalarının yapısı görülmektedir. Doktorlar tarafından yazılan hizmetleri sağlık sigortaları karşılanmaktadır. Önleyici ve koruyucu sağlık hizmetleri, wellness uygulamaları yanında konaklama ve yeme-içme masrafları misafirler tarafından karşılanmaktadır.

Şekil 2: Medikal Wellnessde Harcama Çeşitleri



Sağlık ve turizm sektörleri “medikal wellness” etkisinde yeniden şekillenmektedir. Rehabilitasyon klinikleri kullanılmayan odalarını otel suitlerine çevirmekte, oteller halihazırdaki Wellness hizmetlerini sağlık kurumlarıyla çalışarak genişletmekte, geleneksel kür yerleşkeleri de klasik kür hizmetlerini artık “Medical Wellness” olarak adlandırmaktadırlar. Yaşam tarzı gibi sağlık anlayışının ve pazarının da sürekli bir değişim içerisinde olduğu bu örnekte de çok açık bir şekilde görülmektedir. Bu, insan odaklı ürün ve hizmetlerde kaçınılmaz bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır (Berg, 2008: 10).

2. MEDICAL WELLNESS TURİZMİ

Almanya’da birçok otel medikal wellnessle genişlettikleri hizmetleri tesislerine uyarlamaya çalışmaktadır. Bunların bazıları, tesis bünyesinde doktorlar ve terapistlerle beraber çalışmaktadır. Bazı tesisler ise dışarıdan bir klinik veya senatoryumla işbirliğine giderek bunu gerçekleştirmektedirler. Bu düşünceler turizm sezonun uzamasını da sağlamaktadır. Baden-Baden’deki Brenner’s Spa buna güzel bir örnek oluşturmaktadır. Bu gibi bazı lüks Alman konaklama tesisleri programlarında dış ameliyatlarından sağlık kontrollerine ve fizyoterapilere kadar geniş bir ürün ve hizmetler yelpazesini sunmaktadır.

Koruyucu sağlık ve sağlık sorunlarını azaltma için Almanya’da 2006 yılında 1,4 milyon “sağlığı koruyucu” tatiller yapılmış ve bu rakamın 2010’da 2 milyona ulaşması beklenmektedir. Bu rakamlar yapılan yatırımların katma değere dönüşümünü göstermektedir (http://www.medialine.de/media/uploads/projekt/medialine/docs/bestellungdownload/marktanalysen/2005/ma_fitness_wellness_200506.pdf).

Almanya’daki Wellness otellerinin %10 medical wellness’i konsepti barındırmaktadır. Bunların büyük çoğunluğu tatil bölgeleri ve kürlerin bulunduğu Güney Almanya’dadır. Bu otellerin üçte ikisi dört yıldızlı diğerleri ise 3 yada 5 yıldızlıdır. Birçok klasik kür oteli de kür tıbbi olarak “medical wellness” hizmetleri ve ek olarak Wellness uygulamaları da sunmaktadır (Berg 2008, 288). Tesis sayısında kesin rakamların verilmesinin güçlüğünü DMWV’nin birinci sorumlusu Lungwitz vurgulamakta ve Almanya’da şu anda (02.04.2010) ortalama 50 tesisin medikal wellness hizmeti verdiğini belirtmektedir (Lungwitz, 02.04.2010).

2.1 Uygulamalar

Brenner’s Spa şuan (2010) için az sayıdaki örneklerden biri olmakla birlikte, günümüzdeki uygulamalarda özellikle masajlar öne çıkmaktadır. Anti-aging, ayurveda, talasso, oksijen kürü, akupunktur, kneipp ve geleneksen Çin tıbbi gibi uygulamalar da ağırlıklı olarak tercih edilmektedir. Bu ürün ve hizmetler otellerde paketler halinde sunulmaktadır. Bunların içeriği farklılık göstermekle birlikte direk olarak da medical wellness paketi olarak adlandırılmaktadırlar. Bazı paketler, “zindelik ve sağlık haftası”, bazıları ise “anti-aging haftası” olarak adlandırılmaktadır. Aşağıda bir medical wellness paketinin tipik yapı taşlarından bazıları görülmektedir:

- check up
- masajlar
- banyolar
- oksijen terapisi
- fango

- yürüyüş
- su jimnastiği
- gevşeme terapisi

-
- Tam pansiyon
 - 7 geceleme

2004 yılında wellness altyapısı olan tesis sayısı 676'ya ulaşmıştır (Berg, 2008: 287). Berg'in örneğinde yukarıdaki tatil paketinin içerdiği ürün ve hizmetlerin 'soft' medikal wellness olarak görülmesi gerekmektedir. Şuandaki medikal wellness'ten daha çok aletli ve ameliyatlara dayanan uygulamalar kastedilmektedir (http://weyergans.de/weyergans_d.html).

2.2 Medical Wellness Turizminin Hedef Kitle Yapısı

Yukarıda adı geçen uygulamaları tercih eden kitlelere daha yakından bakmak ürün şekillendirmede ve pazarlamasında yardımcı olacaktır.

Toplumun artan bir kesimi sağlıklarını korumak için sorumluluk olmaya başlamıştır. Bu kesim sağlıklarını artırmak – medikal wellness ve özel sağlık tedbirleri - için de gerektiğinde harcama yapmaya hazır olduklarını belirtmektedir. Bekarlar (singel) medical wellness evlilerden daha fazla ilgi duymaktadır. Sağlıklı beslenme, spor ve gevşeme faaliyetlerinde bulunma yapılan bir araştırmaya katılanların %60'i tarafından uygulanmaktadır. Araştırmaya katılanların üçte biri de sürekli olarak chek up yaptırmaktadır. Kürler ise hiçbir rol oynamamaktadır. Kendini iyi hissetme ve gevşeme uygulamalarının önleyici sağlık ve hastalıkları iyileştirici rolleri bütün katılımcılar tarafından belirtilmektedir. Burada cinsiyetler arasında bir farklılık ortaya çıkmaktadır. Erkekler kadınlardan daha çok, kendini iyi hissetme ve gevşemenin koruyucu sağlık ve hastalıkları iyileştirici rolleri olduklarından emin olmaktadır.

Medical wellness hizmetlerinden beklentiler farklı olmaktadır. Gevşemeden koruyucu tıbbi ve hastalıkları önlemeye kadar geniş bir beklenti yelpazesi vardır. Gençler için, o anlık iyi hissetme ve gevşeme önemli olurken, üst yaştakilerde hastalıklara karşı önlem alma öne çıkmaktadır.

Medical Wellness hizmetleri çoğunlukla yaşanan yerde yaptırılmakta. %43'lük bir oranda tatilde yaptırmayı düşünmektedir. Medical Wellness hizmetleri genellikle akşamları ve hafta sonlarında tercih edilmektedir. %70 akşamları ve %59 ise hafta sonlarında.

Hertel'in yukarıda belirtilen görüşü doğrultusunda hareket edilecek olunursa, Medical Wellness yeni bir turizm konsepti olmaktadır. Turistik ve tıbbi terapi bazlı uygulamaları içermektedir, Medical Wellness. Buradan çıkartılacak sonuç, Hertel'in Medical Wellness düşüncesi altında, turizm ve gerektiğinde cerrahi müdahaleler (diş, estetik ameliyatları gibi) anlaşılmaktadır. Medikal Wellness bu görüşler ışığında, tıbbin wellnessle paketlenmiş şekli olarak tanımlanabilir. Tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde, esenliği artırıcı bir atmosferde, hastanın misafir sayıldığı bir felsefede gerçekleştirilmektedir. Personelin tıbbi kalifiyesini %60'lık bir bölüm çok önemli olarak görmektedir.

Medical Wellness uygulamalarında doğru uygulamalar için verilen bireysel kararlarda birçok farklı kriter vardır. Bireyin kendi ihtiyaçları burada ön plandadır. Misafirler, geniş ürün ve hizmet yelpazesinden en uygun fiyat ürün ilişkisini bulmak istemektedir.

Bütün yaş gruplarının tercihlerinde ihtiyaçlar önde gelmektedir. Üst yaş gruplarındakilerin tercihinde gençlerden daha çok istekleri yön vermektedir. Gençler için ikinci önemli kriter ise fiyat ve onu, tanıdıkların tavsiyeleri takip etmektedir. 30-50 yaş arasındakiiler için ihtiyaçları, dost ve tanıdık tavsiyeleri yanında doktor görüşleri de önemlidir.

3. SONUÇ ve ÖNERİLER

Nüfus yapısında değişim ve sağlık alanında artan genel harcamalar sağlığı artırıcı ve koruyucu ve hastalıklara karşı önlem alıcı hizmetlere yönelik bireysel sorumluluk gelecekte daha çok anlam kazanacaktır.

Toplumun daha büyük kesimleri artarak genç yaşta sağlığı korumanın gerekliliğini görmektedir. Profesyonel otel işletmecileri bu beklentileri, önleyici hoş, gevşetici ve konforlu biçimde şekillendirmeyi, artan bir oranda cazip ve ek ürünler olarak “Medical Wellness’le” sağlamaya çalışmaktadır.

Misafirlerin beklenti ve ihtiyaçlarına bakılacak olunursa, artan bir kalite beklentisi doğrultusunda daha cazip ve konforlu olan bir çevrede “medical wellness otelleri”ni tercih edeceklerdir. Dikkatli yapılacak öngörüler ışığındaki gelişmenin sonucu olarak bu tarzdaki tesislere gelecek yıllarda talep daha da artacaktır. Burada dikkate değer bir nokta da, birçok medical wellness otelinin day-spa konsepti de uygulayarak daha fazla katma değer sağlamaları olacaktır.

Yapılacak akademik çalışmalarda medical wellness hizmeti sunan tesislerin sayısı, altyapısı ve donanımları araştırılabilir. Bu çalışmalar çerçevesinde, verilen hizmetlerin ve misafir hedef kitlelerinin yapısı da işlenecek konulara dahil edilmelidir.

Başarılı ve müşteri beklentilerine yönelik bir medikal wellness oteli şu şartları yerine getirmelidir:

- Olumlu imaja, boş zaman, kültür ve animasyon hizmetleri yanında geniş bir altyapıya sahip turistik yörelerde kurulmalıdır,
- Medical wellness oteli konum olarak halihazırda bulunan bir kür kliniğine ya da tıp merkezine yakın olmalıdır,
- Misafirlerle birebir ilgilenmeyi sağlamak açısından oda sayısı 100’ü geçmemelidir,
- Kalite açısından tesisin donanım ve servisinin dört yıldızlı bir otel kategorisinde olmalıdır,
- Wellness bölümü beklentileri giderek artan misafirlerin isteği doğrultusunda üst seviyede ve cazip olmalıdır. Burası, klinik ve tıbbi mekanlardan ayrılmalıdır,
- Gastronomi, medikal wellness felsefesini yansıtmalı ve sağlıklı ve vitamin bakımından zengin ürünlere yoğunlaşmalıdır,
- Herkesin kullandığı, lobi, kütüphane ya da şömine odası büyük ve donanımlı olmalıdır. Bunların yanında konuşmalar, toplantılar ve konferanslar için de yeterli imkanlar sunulmalıdır,
- Odalar geniş ve sıcak renklerin hakim olan döşeme tarzı tercih edilmelidir. Banyolar küçük birer Wellness vahası olarak tasarlanmalıdır.

KAYNAKLAR

Kitap için kaynakça

Barth, Reno/ Werner, Christian, Der Wellness-Faktor. Modernes Qualitätsmanagement im Gesundheitstourismus, RELAX Guide & Magazin Verlag Christian Werner, Wien, 2005.

Berg, Waldemar, Gesundheitstourismus und Wellness-tourismus [Health tourism and Wellness tourism], Oldenburg Verlag, München, 2008.

Eberle, Bernhard, Wellness und Gesundheit als Marketingimpuls. Wie Sie den Megatrend für Ihre Produkte nutzen, Redline Wirtschaft, Frankfurt, 2004.

Gouvion, Colette, SPA. Vom arabischen Hamam bis zur modernen Wellness-Oase, Aubanel, Paris, 2006.

Hertel, Lutz, Der grosse Wellness-Guide, Vehling Verlag, Düsseldorf, 2003.

Hertel, Lutz, Medical Wellness. Trend oder trügerischer Irrweg? Icinde: Spa 2010. Zahlen, Fakten, Trends, Analysen. Der Wellnessmarkt im Überblick, Freizeit-Verlag Landsberg GmbH, Landsberg am Lech, 2009.

Homann, Rolf, Die Zukunft des Tourismus, Eine Studie des Zukunftsinstituts von Matthias Horx, Zukunftsinstitut GmbH, Kelkheim, 2002

Horx-Strathern, Oona/ Horx, Mathias ve Gaspar, Claudia, Was ist Wellness? Anatomie und Zukunftsperspektiven des Wohlfühl-Trends, Zukunftsinstitut GmbH, Kelkheim, 2002.

Lanz-Kaufmann, Eveline, Wellness-Tourismus. Entscheidungsgrundlagen für Investitionen und Qualitätsverbesserungen [Wellness-Tourism. ..., Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF) der Universität Bern, 2002.

Scheftschik, Axel (2003): Wellness lernen: Freizeitdidaktik in der Gesundheitsbildung, Verlag Dr. Kovač, Hamburg.

Wellness 2004, Go Vista Info Guide: Wellness., Go Vista Verlag, Köln, 2004.

Wenzel, Eike/Kirig, Anja, Tourismus 2020. Die neuen Sehnsuchtsmärkte [Tourism 2020. The new ...], Zukunftsinstitut GmbH, Kelkheim, 2006.

Makale için kaynakça

Nahrstedt, Wolfgang, *Wellnesswelten*, Lebensart, Köln, 2010, 108.

Scharnhorst, Julia (2006): *Berufsfeld Wellness. Eine Übersicht über die aktuellen Entwicklungen am Wellness-Arbeitsmarkt*, integra 04/2006, 20-21.

Scheftschik, Axel, *Wellness lernen: Anforderungen an eine Freizeitdidaktik in der Gesundheitsbildung unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit*, Spektrum Freizeit: Forum für Wissenschaft, Politik und Praxis; Halbjahresschrift, Bielefeld, 2005, 116-129.

Kitap içindeki bir makale için kaynakça

Kroehl, Heinz (2002): *Neue Spa-Akademie weltweit*,

Wessinghage, Thomas (2002): Die Widersprüche wanken. Interview mit Dr. Thomas Wessinghage zu Wellness und Medizin, içinde: *Wellness + Wirtschaft. Professionell und Profitabel. Konzeption, Finanzierung und Vermarktung von Spa-Projekten*, (Editörler: Richter, Barbara/ Pütz-Willems, Maria), Verlag Michael Willems, Augsburg, ss. 150-153.

Cohen, Marc (2008): Spas, wellness and human evolution, İçinde: understanding global spa industry. Spa management, Editör, Cohen, Marc ve Bodeker, Gerard, Oxford, ss. 3-25.

İnternet kaynakları için kaynakça

<http://www.dmwv.de/106.0.html>, 24.03.2010, Medical Wellness.

Hertel, Lutz: Was ist Medical Wellness und welche weiteren Fragen ergeben sich daraus?
http://www.wellnessverband.de/infodienste/beitraege/070225_medwellness.php , 24.03.2010.

Lungwitz, Lutz (02.04.2010): Telefon görüşmesi.

http://www.medialine.de/media/uploads/projekt/medialine/docs/bestellungdownload/marktanalysen/2005/ma_fitness_wellness_200506.pdf.