



Achtsamkeit

Der Gesundheitsmarkt der Zukunft?

28. Mai 2014

Harald Schopf



**KURHAUS
SCHÄRDING**
BARMHERZIGE BRÜDER

Kurhaus Schärding



85 Zimmer
115 Betten
29.000 Nächtigungen
60 MitarbeiterInnen (FTE)

Juan de Dios



Wer sind wir?

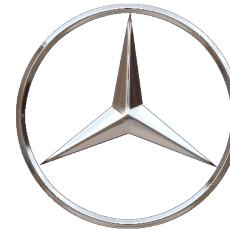


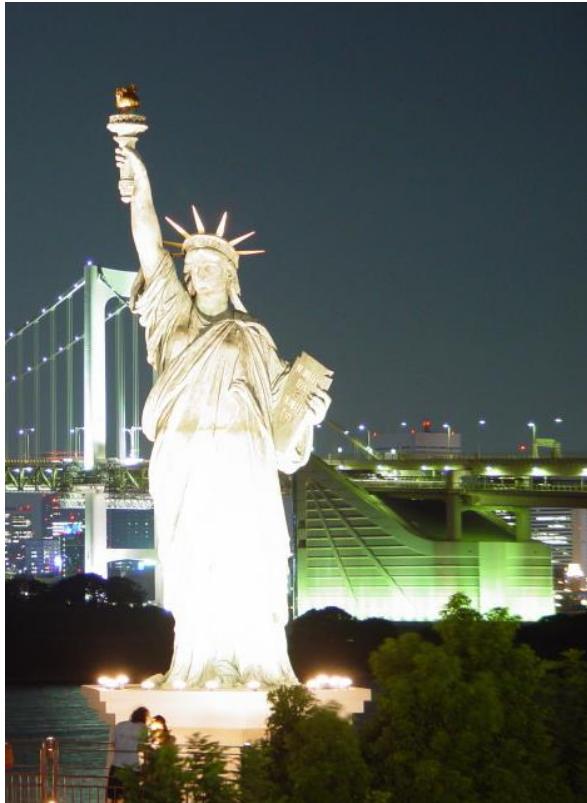
Quelle: ICH-bin-ICH von Mira Lobe

Ausgangssituation



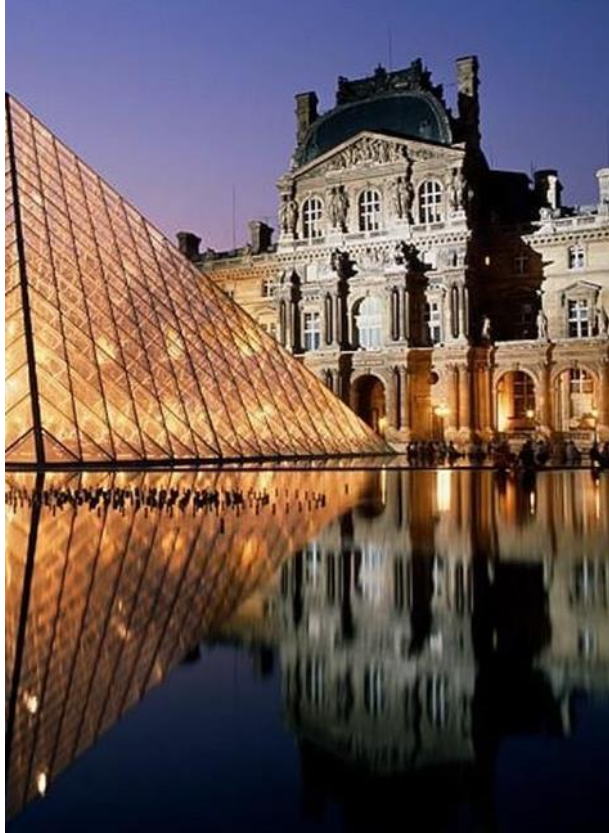
Ausgangssituation













Conclusio *kurhaus schärding*

A photograph of three women standing in profile, looking out over a body of water. The woman in the foreground has long blonde hair and is wearing a dark shirt. The two women behind her are slightly out of focus. The background shows a bright, sunlit lake with trees on the far shore.

[wir – sind – wir]

SO WIRD DAS KLEINE ICH-BIN-ICH GEMACHT

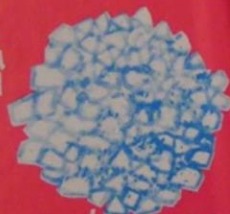


WATTE ODER
SCHAUMGUMMI
FÜR DEN KOPF



1.) DIE 4 ECKEN ZUSAMMENNAHEN, FÜLLEN

FÜLLUNG
FÜR DEN
BAUCH



5.) DIE 4 PUNKTE © ZUSAMMENNAHEN, FÜLLEN



2.) DIE ECKEN
1, 2, 3, 4
ZUSAMMEN-
NAHEN

3.) NASE
ABBINDEN



4.) QUASTE FÜR



DIE PONY-
FRANSEN



DEN
SCHWANZ

OHREN ← 26 cm → 3 mm

AUGEN
AUFKLEBEN



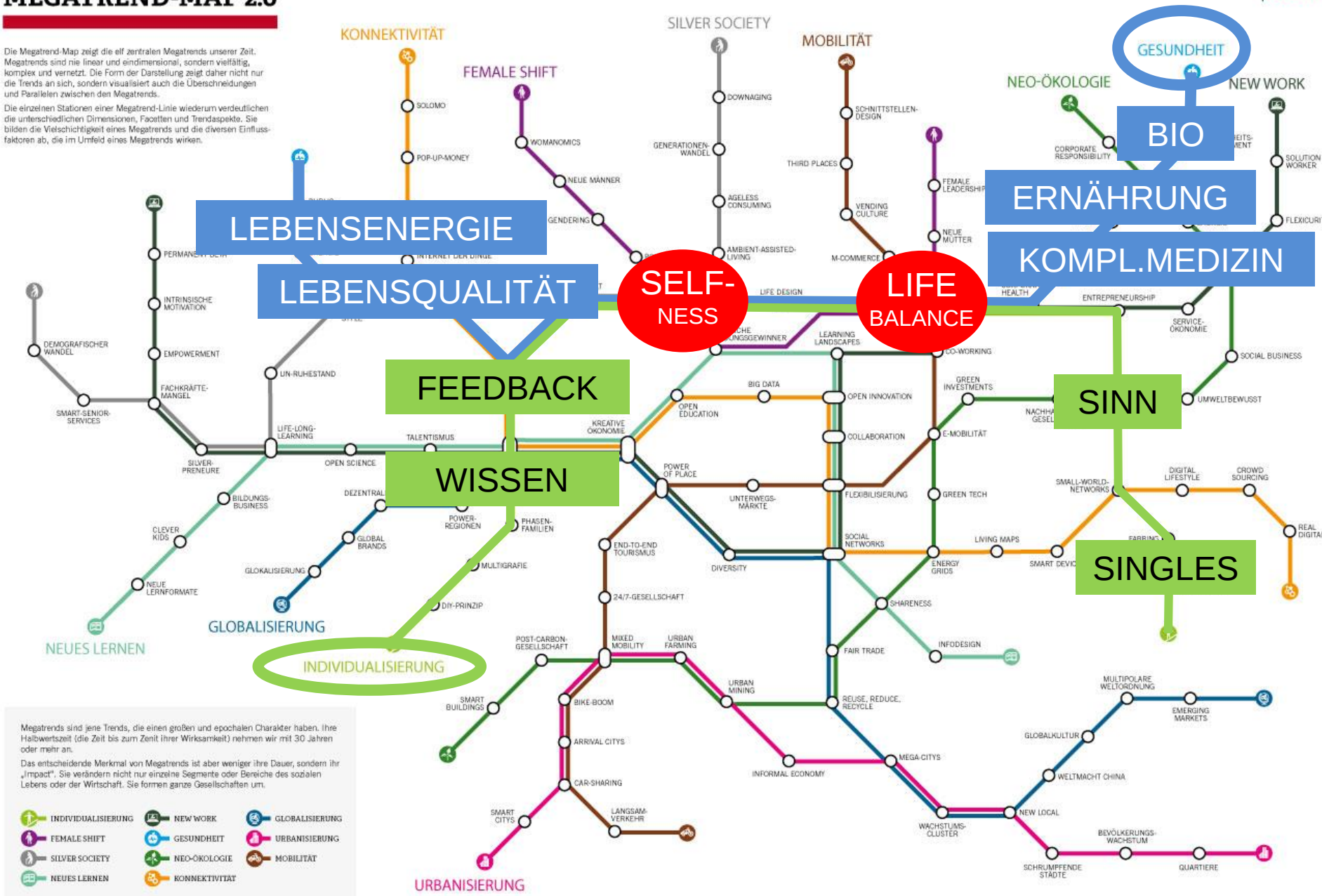
7.) KOPF, OHREN, PONYFRANSEN
UND SCHWANZ ANNÄHEN

6.) DIE ZIPFEL (BEINE) UMBIEGEN, FESTBINDEN

MEGATREND-MAP 2.0

Die Megatrend-Map zeigt die elf zentralen Megatrends unserer Zeit. Megatrends sind nie linear und eindimensional, sondern vielfältig, komplex und vernetzt. Die Form der Darstellung zeigt daher nicht nur die Trends an sich, sondern visualisiert auch die Überschneidungen und Parallelen zwischen den Megatrends.

Die einzelnen Stationen einer Megatrend-Linie wiederum verdeutlichen die unterschiedlichen Dimensionen, Facetten und Trendsaspekte. Sie bilden die Vielschichtigkeit eines Megatrends und die diversen Einflussfaktoren ab, die im Umfeld eines Megatrends wirken.



Megatrends sind jene Trends, die einen großen und epochalen Charakter haben, ihre Halbwertszeit (die Zeit bis zum Zenit ihrer Wirksamkeit) nehmen wir mit 30 Jahren oder mehr an.

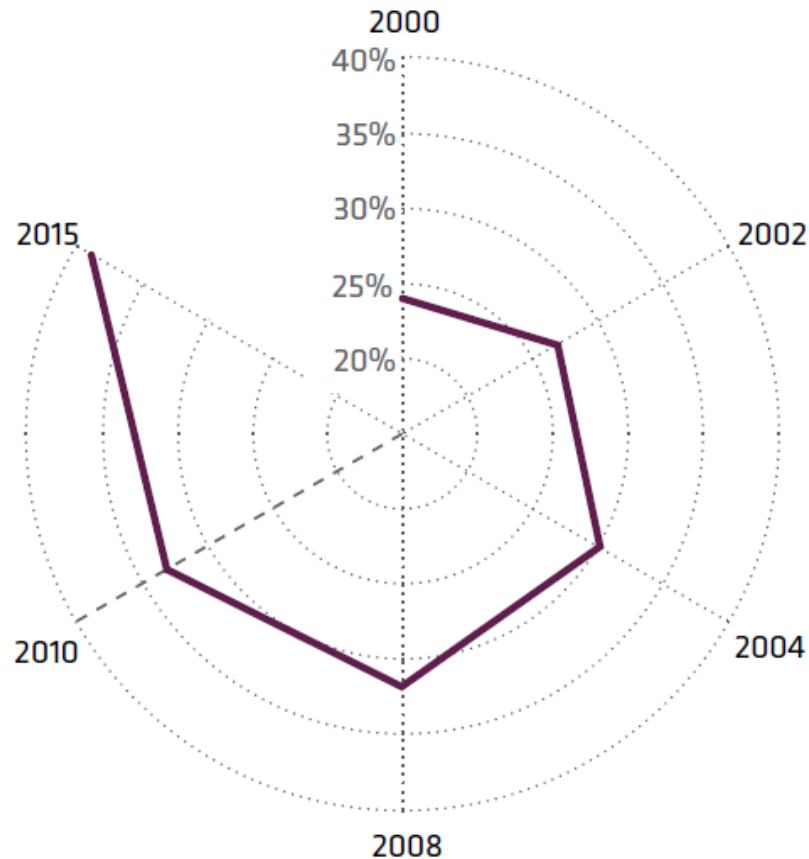
Das entscheidende Merkmal von Megatrends ist aber weniger ihre Dauer, sondern ihr „Impact“. Sie verändern nicht nur einzelne Segmente oder Bereiche des sozialen Lebens oder der Wirtschaft. Sie formen ganze Gesellschaften um.

- INDIVIDUALISIERUNG
- NEW WORK
- GLOBALISIERUNG
- FEMALE SHIFT
- GESUNDHEIT
- URBANISIERUNG
- SILVER SOCIETY
- NEO-ÖKOLOGIE
- MOBILITÄT
- NEUES LERNEN
- KONNEKTIVITÄT

Trendfeld *future health*

Steigendes
Gesundheits-
bewusstsein

Anteil der Personen,
die sehr auf ihre
Gesundheit achten
(Prozent)

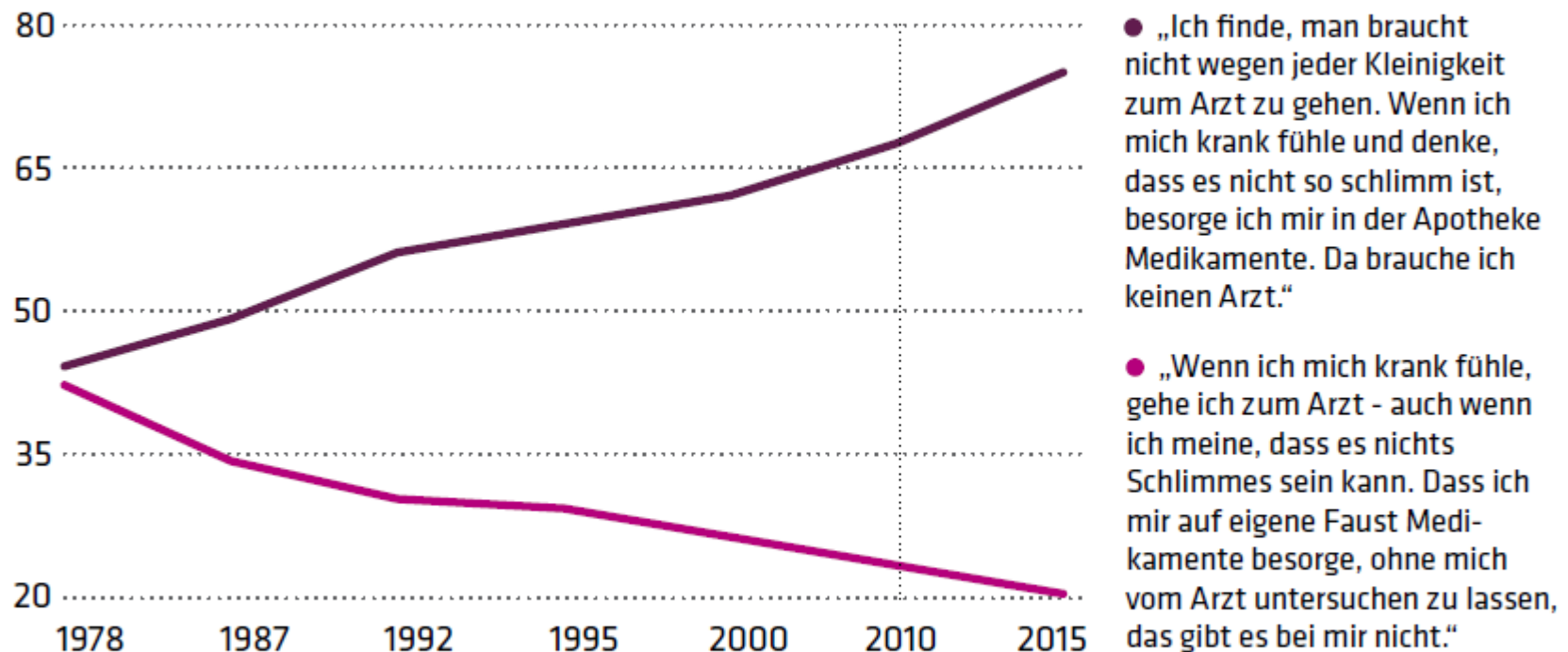


Basis: Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren

Quelle: Allensbacher Markt- & Werbeträgeranalyse; Prognose: Zukunftsinstitut, 2009

Individualisierung des Gesundheitsverhaltens

Einstellung zum Gesundheitsverhalten (Zustimmung in %)



Basis: Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren

Quelle: Allensbacher Markt- & Werbeträgeranalyse; Prognose: Zukunftsinstitut, 2009

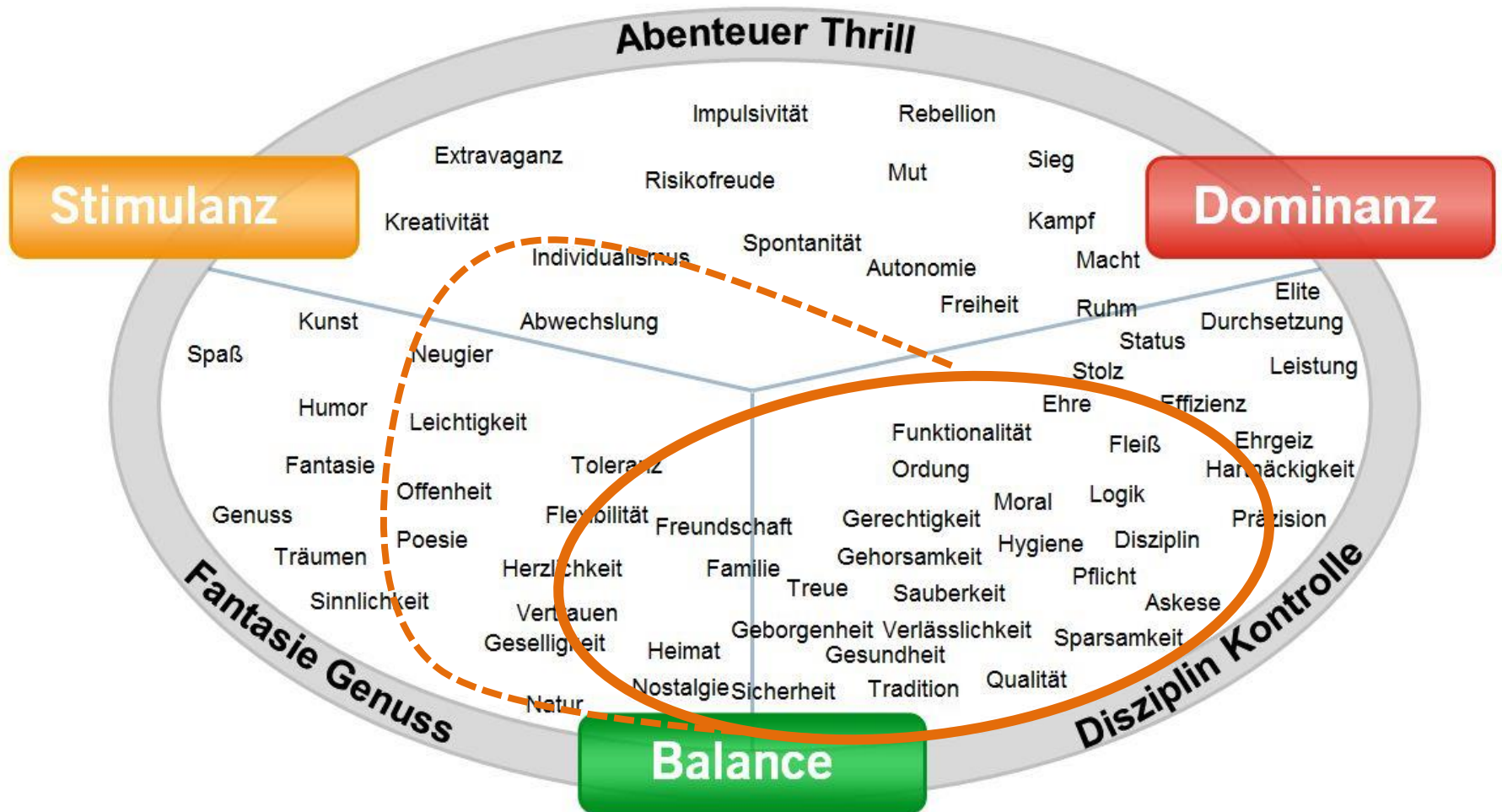
„Das Trendfeld *future health* führt den Tourismus zu neuen Chancen, denn die Menschen sehnen sich nach **Angeboten, die ihre Gesundheit unterstützen**. Die Trendgewinner der kommenden Jahre werden sich im Gesundheitsbereich bedienen.“

Conclusio *kurhaus schärding*

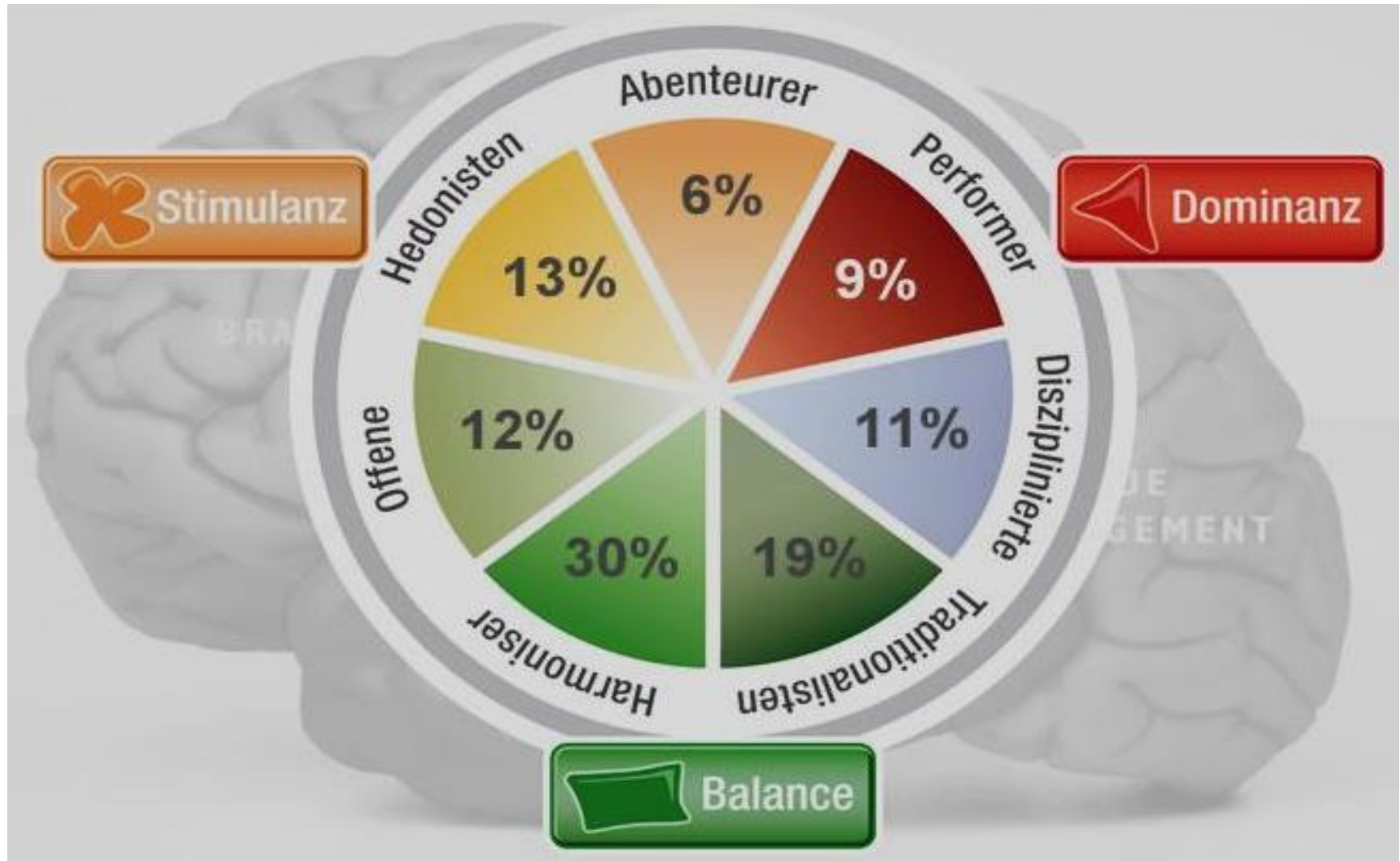


[bewegung statt stillstand]

**KURHAUS
SCHÄRDING**
BARMHERZIGE BRÜDER



Zielsegmente



Abenteuer	Flucht	Opfer
Aufstieg und Fall	Liebe	Rache
Entdeckung	Maßlosigkeit	Rätsel
Reifung	Suche	Verlierer
Rettung	Verbotene Liebe	Versuchung
Rivalität	Verfolgung	Verwandlung

Geschichten erzählen







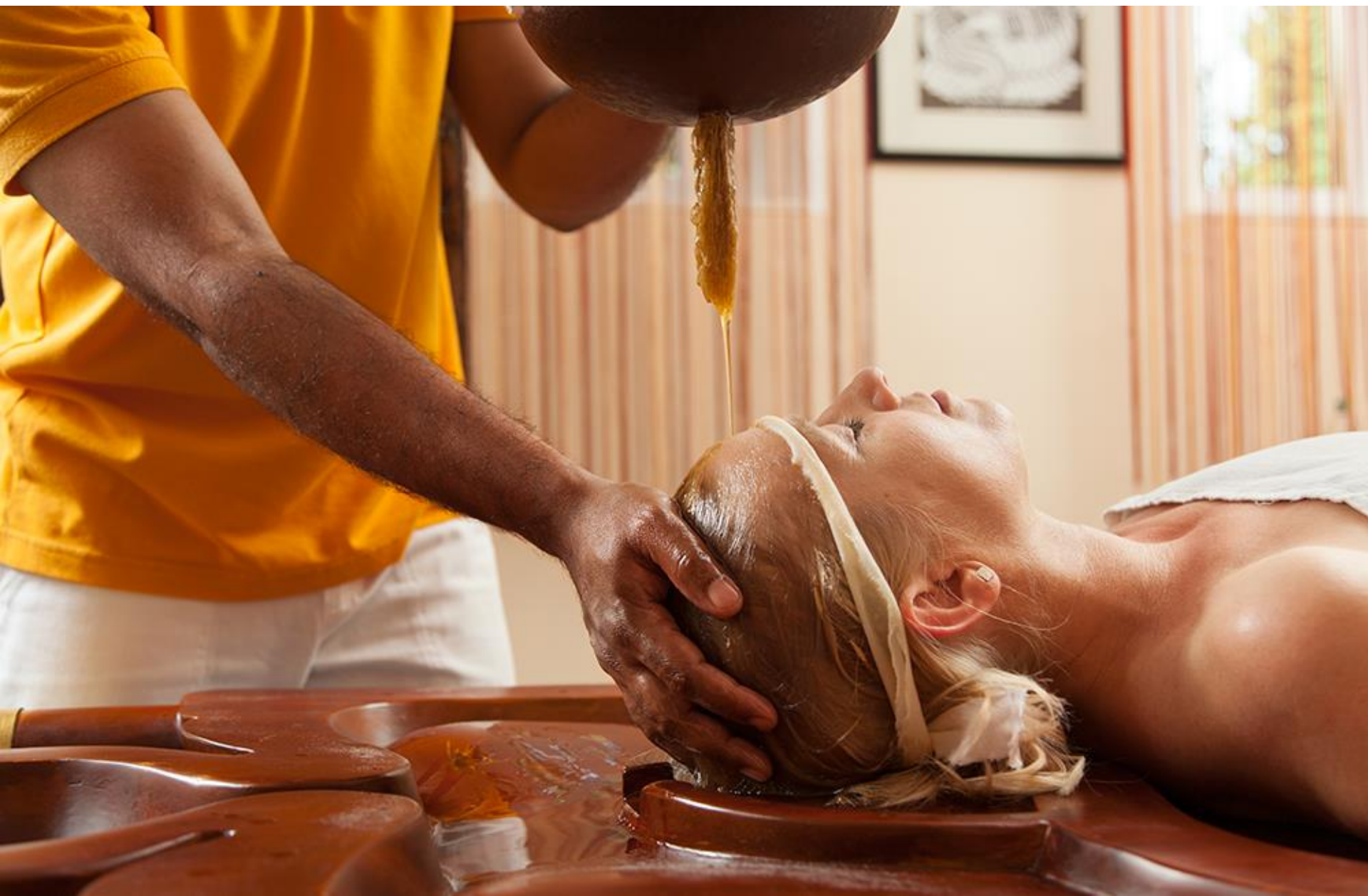




Geschichten erzählen











Bilderbuch der Achtsamkeit



Bilderbuch der Achtsamkeit





Mein Zentrum für

NATURHEILKUNDE

KNEIPP | AYURVEDA | TCM

einfach MENSCH sein



Charlie Chaplin (16.04.1889 – 25.12.1977)