

Erfolgsstrategien im Gesundheitstourismus

*Analyse zur Erwartung und
Zufriedenheit von Gästen*

Von
Prof. Dr. Monika Rulle,
Prof. Dr. Wolfgang Hoffmann
und
Prof. Dr. Karin Kraft

Unter Mitarbeit von
Karina Biehle,
Jörn Freyer,
Sabine Jochens
und
Janina Krafczyk

ERICH SCHMIDT VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

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

Weitere Informationen zu diesem Titel finden Sie im Internet unter
ESV.info/978 3 503 12602 6

ISBN 978 3 503 12602 6

Alle Rechte vorbehalten

© Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG, Berlin 2010
www.ESV.info

Dieses Papier erfüllt die Frankfurter Forderungen der Deutschen Nationalbibliothek 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.

Druck und Bindung: Danuvia, Neuburg a.d. Donau

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	V
Abbildungsverzeichnis	XI
Tabellenverzeichnis.....	XIV
Abkürzungsverzeichnis	XV
1 Einleitung	1
2 Prävention und Gesundheitstourismus – Begriffe und Trends.	3
2.1 Gesundheitsförderung und Prävention	3
2.2 Gesundheitstourismus	5
2.2.1 Medizintourismus.....	6
2.2.2 Kurtourismus	7
2.2.3 Wellnesstourismus	8
2.2.4 Medical Wellness	10
2.2.5 Gesundheitsurlaub.....	14
3 Kundenerwartungen im Tourismus – zwischen Reisemotivation und Reiseentscheidung.....	15
3.1 Reisemotive.....	16
3.2 Formen von Kundenerwartungen	19
3.3 Entstehung von Kundenerwartungen.....	20
3.3.1 Einflüsse des Leistungsträgers.....	21
3.3.2 Einflüsse beim Kunden	21
3.3.3 Einflüsse Dritter	22
3.4 Urlaubertypologien	23
3.5 Die Reiseentscheidung.....	24
4 Kundenzufriedenheit im Tourismus – Schlüssel zum Erfolg	29
4.1 Entstehung von Kundenzufriedenheit	30
4.2 Einflüsse auf die Wahrnehmung einer Leistung.....	32
4.3 Grad von Kundenzufriedenheit.....	32
4.4 Dimensionen der Kundenzufriedenheit: Gefühl vs. Einstellung....	33
4.5 Erwartungs-Wahrnehmungs-Spirale.....	34
4.6 Auswirkungen von Kundenzufriedenheit.....	34

5	Erwartungshaltung an Medical Wellness-Angebote	41
5.1	Bekanntheit und Verständnis des Medical Wellness-Begriffs	41
5.1.1	Bekanntheitsgrad in der deutschen Bevölkerung	41
5.1.2	Bekanntheitsgrad unter Gesundheitstouristen	42
5.1.3	Verständnis von Medical Wellness in der deutschen Bevölkerung	42
5.2	Kernleistungen eines Gesundheitsurlaubes: Relevanz vs. reale Inanspruchnahme	44
5.2.1	Bedeutung der ärztlichen Betreuung	44
5.2.2	Bedeutung von Qualitätszertifikaten	48
5.2.3	Unterkunft und Anwendungen unter einem Dach	52
5.2.4	Bedeutung von Pauschalangeboten	54
6	Gesundheitsorientierte Leistungen: Zahlungsbereitschaft in Relation zur Kundenzufriedenheit	57
6.1	Zahlungsbereitschaft in der Bevölkerung	57
6.2	Zufriedenheit unter Gesundheitsgästen	64
6.3	Einfluss der Krankenkassen auf das Angebot Medical Wellness: Möglichkeiten und Grenzen	70
7	Rahmenparameter eines Gesundheitsurlaubes: Präferenz vs. reale Situation	73
7.1	Aufenthaltsdauer und Anfahrtszeit	73
7.1.1	Präferenz in der Bevölkerung	73
7.1.2	Reale Situation unter Gesundheitsgästen	75
7.2	Tägliche Ausgaben	77
7.2.1	Präferierte Maximalausgaben in der Bevölkerung	77
7.2.2	Reale Ausgaben unter Gesundheitsgästen	79
8	Identifikation von Zielgruppen	81
8.1	Cluster 1: An Gesundheitsurlaub interessierte verheiratete Frauen	84
8.2	Cluster 2: An Gesundheitsurlaub interessierte jüngere Männer	84
8.3	Cluster 3: An Gesundheitsurlaub interessierte Generation 65plus .	85

9	Weitere Ergebnisse	87
9.1	Ergebnisse zur repräsentativen Befragung der deutschen Bevölkerung	87
9.1.1	Bevorzugte Destinationen für einen Gesundheitsurlaub	87
9.1.2	Bevorzugte Jahreszeit für einen Gesundheitsurlaub	88
9.1.3	Bevorzugte Art der Unterkunft	90
9.1.4	Eignung von Rehabilitationskliniken für einen Gesundheitsurlaub	91
9.2	Ergebnisse aus der Befragung unter Gesundheitsgästen	94
9.2.1	Beweggründe für einen Gesundheitsaufenthalt	94
9.2.2	Reisebegleitung	96
9.2.3	Informationsquelle	97
10	Schlaglicht: Mecklenburg-Vorpommern als Gesundheitsdestination	99
10.1	Erfahrungen mit dem Urlaubsland Mecklenburg-Vorpommern	99
10.2	Zukünftiges Interesse am Urlaubsland Mecklenburg-Vorpommern	101
10.3	Gründe gegen einen Urlaub in Mecklenburg-Vorpommern	102
10.4	Gründe für einen Urlaub in Mecklenburg-Vorpommern	103
10.5	Mecklenburg-Vorpommern als Destination für einen Gesundheitsurlaub.....	104
11	Zusammenfassung	107
12	Die Studie GesundTour MV: Methodisches Vorgehen	117
12.1	Ziele der Studie GesundTour MV	117
12.2	Telefonbefragung zu Kundenerwartungen	118
12.2.1	Grundgesamtheit und Stichprobe der Telefonbefragung	119
12.2.2	Repräsentativität der Telefonbefragung	119
12.2.3	Verteilung sozio-demographischer Merkmale in der Telefonbefragung	120
12.2.4	Umsetzung der Telefonbefragung.....	125
12.3	Mündliche Befragung zur Kundenzufriedenheit	126
12.3.1	Grundgesamtheit und Stichprobe der Gästebefragung.....	126
12.3.2	Repräsentativität der Gästebefragung.....	128
12.3.3	Verteilung sozio-demographischer Merkmale in der Gästebefragung	132
12.3.4	Umsetzung der Gästebefragung	135
12.4	Statistische Analysemethoden	136
12.4.1	Korrelationsanalyse.....	136
12.4.2	Two-Step-Clusteranalyse	137

Quellenverzeichnis	139
Anhang.....	143
Stichwortverzeichnis	195