



# **Erforschung des Gesundheitstourismus deutscher Reisender – Konzeption eines neuen Forschungsprojekts**

**Hochschule für Wirtschaft und Umwelt  
Nürtingen-Geislingen**

**Prof. Dr. Dennis Hürten  
20.11.2015**

## Inhalt

1. Ausgangssituation
2. Projektziele
3. Vorgehensweise

# 1. Ausgangssituation

## Bisheriger Stand der Forschung

Dezember 2011 – April 2012

### 1 Qualitative Grundlagenstudie

20 Tiefeninterviews (je 2 Stunden)  
Phantomscribing (Zeichnen der Vorstellungsbilder der Befragten)

Sample:     Alter: 26 – 67 Jahre  
              Geschlecht: 50:50  
              Ort: Köln und Berlin  
              14 haben bereits  
              Gesundheitsurlaub gemacht  
              (Medizinurlaube, Medical-  
              Wellness, Wellness,  
              Gesundheitsurlaub i.w.S.)  
              6 waren "Ablehner" von  
              Gesundheitsurlaub

**Zielsetzung:** Ermittlung der Motive und Barrieren für Gesundheitstourismus und Ableitung einer Typologie

Zentrales Ergebnis/Differenzierung:

↙                      ↘

<b>'Patient'</b>	<b>'Gesundheits- urlauber'</b>
keine Selbstzahler	6 Typen
keine Urlauber	

Mai 2012 – Oktober 2012/ Juni 2014

### 2 Vertiefungsphase

Diskussion der Ergebnisse aus Phase 1 mit Vertretern von Tourismusmarketingorganisationen (Land, Region und Ort) und Reiseveranstaltern

5 Fokusgruppen (2,5 Stunden, 7 Teilnehmer)

1 Gruppe pro 'Gesundheitsurlauber'-Typus (außer Unbedarfte)

**Zielsetzung:** Ermittlung der Bedürfnisse und Anforderungsprofile der Typen



Übersetzung der Anforderungsprofile in Fragebogen an gesundheitstouristische Angebote



### 3 Bestandsanalyse 2012 und 2014

**Zielsetzung:** Ermittlung der Struktur des gesundheitstouristischen Angebots der Landesmarketingorganisationen sowie Zuordnung der Angebote zu den 6 Typen

November 2012 – Mai 2013

### 4 Co-Innovation Workshops

Ermittlung von Ideen und Konzepten für gesundheitstouristische Angebote

Erstellung von Best-Practices für die Entwicklung gesundheitstouristischer Angebote

### Notwendige Fortsetzungen u.a.

Weitere Co-Innovation Workshops und Produktentwicklung bezogen auf weitere Destinationen und Typen

Regelmäßige Aktualisierung der Bestandsanalyse (Monitoring)

Empirische (psychologische) Vertiefung und Differenzierung der 'Patienten'

Quantifizierung der Typen und Potentialanalyse

...

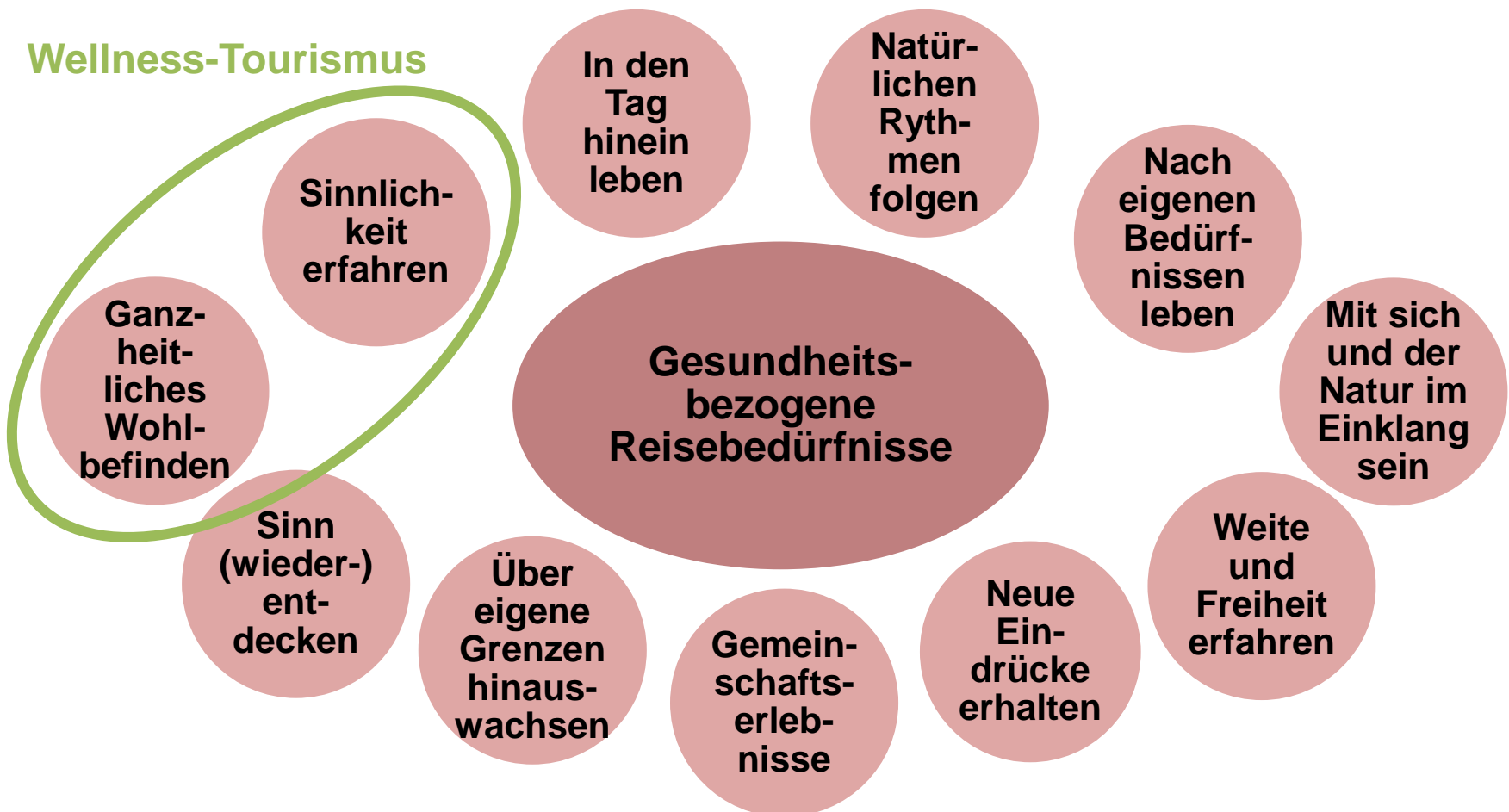
# 1. Ausgangssituation

## Kernergebnis (I): Urlauber versus Patient



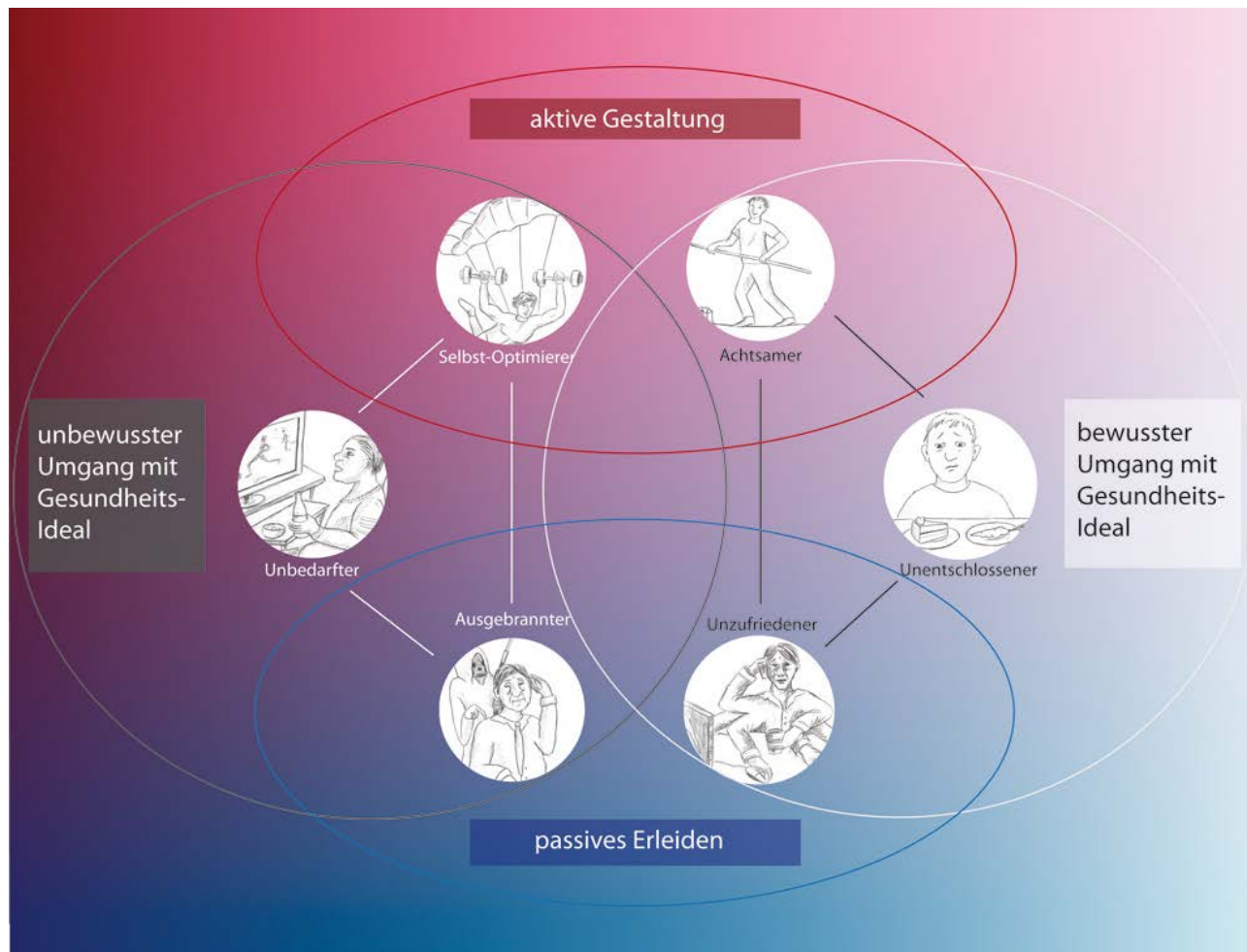
# 1. Ausgangssituation

## Kernergebnis (II): Gesundheitsbezogene Reisebedürfnisse



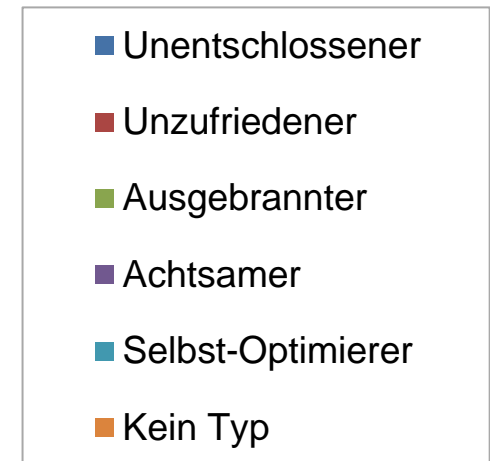
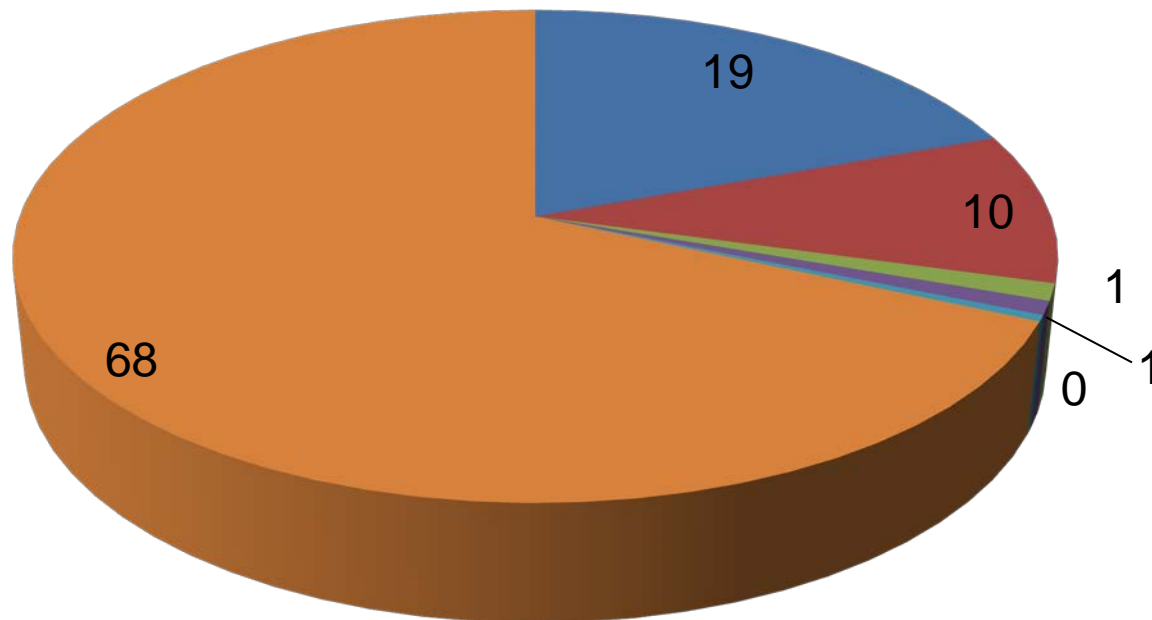


## Kernergebnis (III): Gesundheitsurlauber-Typologie



# 1. Ausgangssituation

## Kernergebnis (IV): Fehlende Passung von Angebot und Nachfrage



Basis (n) = 1.279  
Angaben in Prozent der Fälle

**Zuordnung Gesundheitstourismus-Typen:  
Deutschland 2014**

### Inhaltliche Ziele des Projekts (I)

1. Klärung der Frage, was die Deutschen unter Gesundheitstourismus verstehen. Hierbei sollen u.a. folgende Detailfragen beantwortet werden:
  - Welche bestehenden Urlaubsformen werden aus Sicht der Nachfrager als Gesundheitsurlaub erlebt und welche nicht?
  - Gibt es Unterschiede zwischen Erholungs- und Gesundheitsurlaub und wenn ja, worin bestehen diese?
  - Welche Begriffe verbinden sie mit einem Gesundheitsurlaub? Nach welchen Begriffen suchen sie z.B. im Internet, wenn sie einen Gesundheitsurlaub buchen wollen?
  - Welche Begriffe eignen sich für eine semantisch einheitliche gesundheitstouristische (Fach-)Terminologie in der Wissenschaft? Wie lassen sich diese Fachtermini im Marketing anwenden?



### Inhaltliche Ziele des Projekts (II)

2. Erforschung des Stellenwerts des Gesundheitstourismus in der deutschen Bevölkerung. In diesem Zusammenhang sollen u.a. folgende Aspekte des Themas näher untersucht werden:
  - Kulturelle Bedeutung und Relevanz des Themas Gesundheitstourismus
  - Erwartungen an die Finanzierung von Gesundheitsurlauben
    - Erwartungen an einen fremdfinanzierten Gesundheitsurlaub
    - Erwartungen an einen eigenfinanzierten Gesundheitsurlaub
  - Bereitschaft für eigenfinanzierte Gesundheitsurlaube
  - Gesundheitsbezogene Bedürfnisse in Alltag und Urlaub
  - Typisierung von Gesundheitstouristen
  - Erfolgsfaktoren für Angebotsentwicklung, Kommunikation und Vertrieb

### Inhaltliche Ziele des Projekts (III)

3. Erforschung der bewussten und unbewussten Beweggründe für Gesundheitsurlaube
4. Erforschung der bewussten und unbewussten Barrieren von Gesundheitsurlauben

### Methodische Ziele des Projekts (I)

1. Erzielung psychologisch repräsentativer Ergebnisse (qualitative Projektphase)
  - Erfassung der typischen Umgangsformen mit dem Thema „Gesundheit in Urlaub und Freizeit“
    - Abgesehen davon sollen auch spezifische Einzelmeinungen bezüglich dieses Themas erfasst werden
  - Sicherstellung einer hohen Validität der zu messenden Konstrukte im Rahmen der quantitativen Projektphase

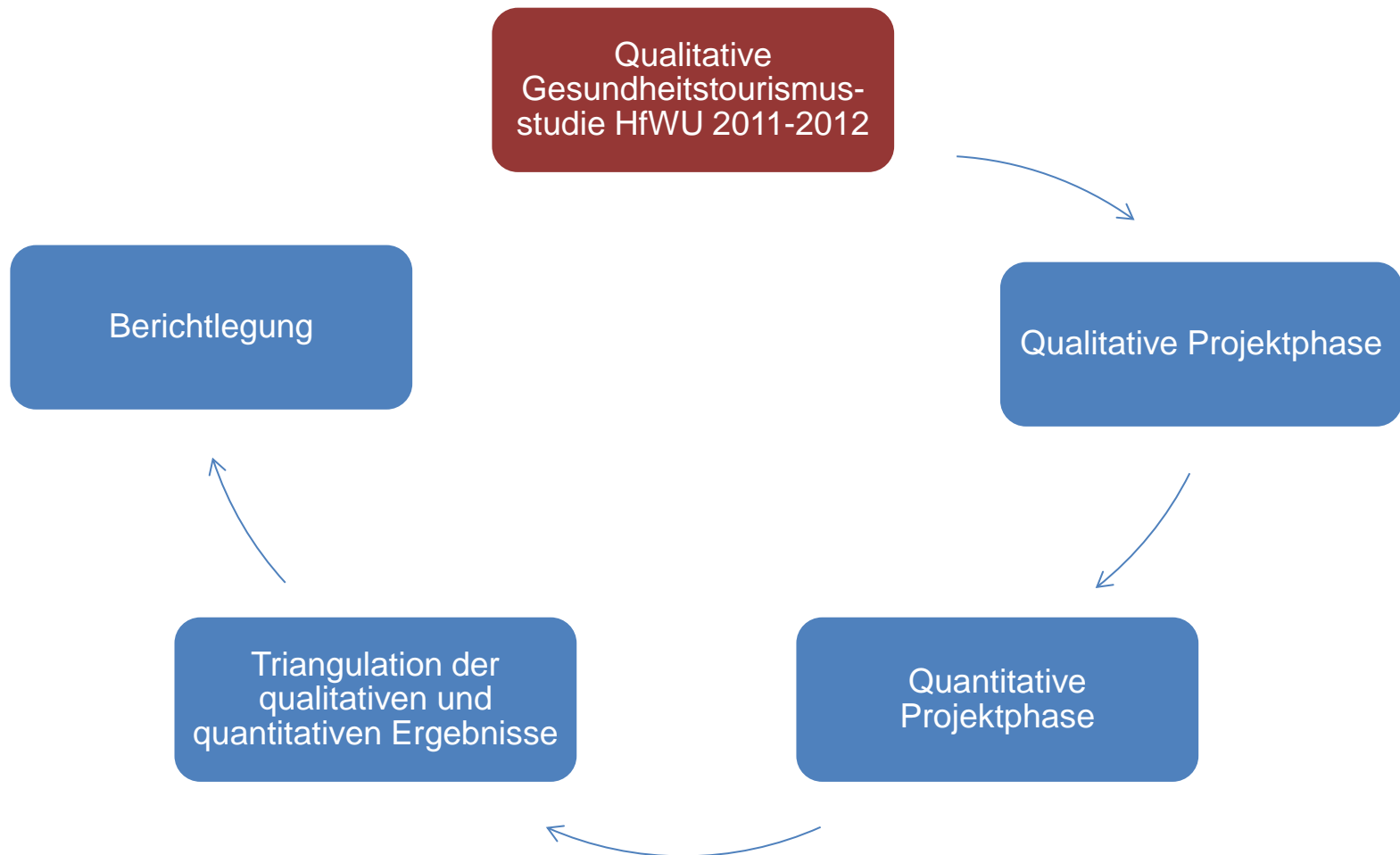
### Methodische Ziele des Projekts (II)

2. Erzielung statistisch repräsentativer Ergebnisse (quantitative Projektphase).  
Diese Ergebnisse sollten für folgende Segmente des Gesundheitstourismus belastbare Aussagen zulassen:

- Medizin-/ Patiententourismus
- Kurtourismus (inkl. Reha-Tourismus)
- Wellness-Tourismus
- Medical Wellness-Tourismus
- Gesundheitsorientierter Tourismus

Das Hauptmotiv der Reise besteht in der Förderung, Erhaltung oder Wiederherstellung der Gesundheit

## Geplanter Ablauf des Forschungsprojekts



### Qualitative Projektphase

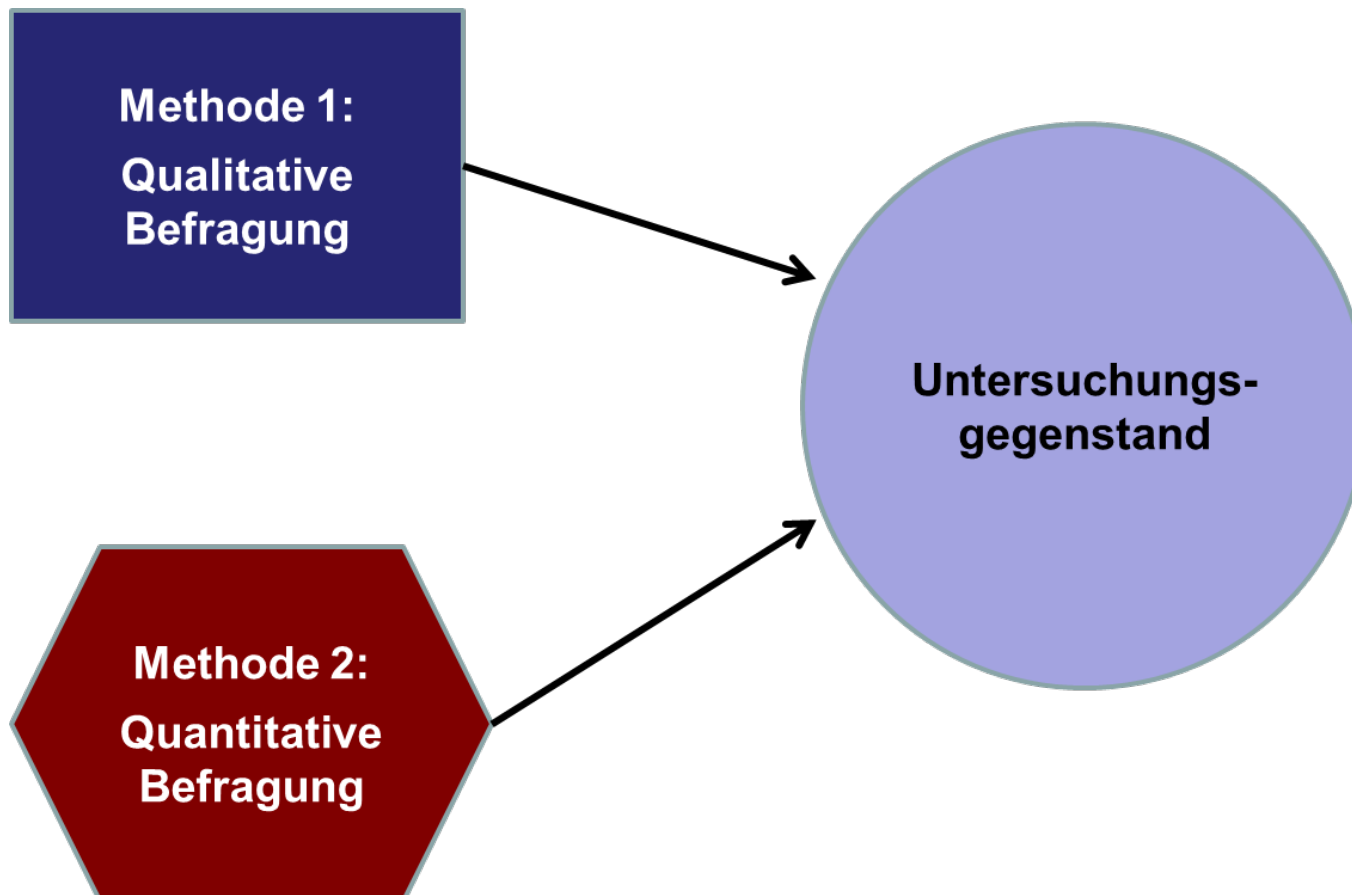
- Mischung aus deduktiver und induktiver (explorativer) Vorgehensweise
- Wissenschaftliche Grundlage: Psychologische Morphologie
- Eingesetzte Methode: psychologische Tiefeninterviews
- Stichprobenauswahlverfahren: Bewusste Auswahl anhand zuvor festgelegter Quotierungsmerkmale:
  - Bewohner einer nord-, ost-, west- und süddeutschen Großstadt (> 500.000 Einwohner) inklusive des zugehörigen suburbanen Raumes
  - Personen, die im Ländlichen Raum fernab dieser vier Großstädte leben
  - Personen, die ihren letzten „Gesundheitsurlaub“ als Patient oder Urlauber erlebt haben
  - Personen im Alter von 18 bis 80 Jahren; ausgewogenes Verhältnis zwischen männlichen und weiblichen Personen



### Quantitative Projektphase

- Befragungsmodus: Computer Assisted Telephone Interview (CATI)
- Stichprobengröße:  $n = 4.000$
- Stichprobenauswahlverfahren: Bewusste Auswahl anhand zuvor festgelegter Quotierungsmerkmale. Sofern möglich, sollten die abschließend ausgewählten Quotierungsmerkmale in einem statistisch repräsentativen Verhältnis miteinander gekreuzt werden (Kreuzquotierung). Folgende Quotierungsmerkmale sollten auf jeden Fall berücksichtigt werden:
  - Geschlecht
  - Alter
  - Regionale Herkunft nach Bundesländern

## Triangulation der qualitativen und quantitativen Ergebnisse





Hochschule für  
Wirtschaft und Umwelt  
Nürtingen-Geislingen